

KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN ASUNNONHAKUPALVELU ASUNTOSIJOITTAJIEN JA OMAN KODIN OSTAJIEN NÄKÖKULMISTA

Heidi Tonteri

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2014

Palveluiden tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) Tonteri, Heidi	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 10.03.2014
	Sivumäärä 60	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty (x)
Työn nimi KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN ASUNNONHAKUPALVELU ASUNTOSIJOITTAJIEN JA OMAN KODIN OSTAJIEN NÄKÖKULMISTA		
Koulutusohjelma Palveluiden tuottaminen ja johtaminen		
Työn ohjaaja(t) Viitasaari, Mikael		
Toimeksiantaja(t) Home Solutions Oy		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, miten sijoitusasunnon ja oman kodin ostajat kokevat käyttäjälähtöisyyden sähköisissä asunnonhakupalveluissa. Tutkittavaksi sivustoiksi valikoitui Suomen suurin ja suosituin asunnonhakupalvelu Etuovi.com. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä käyttäjälähtöinen asunnonhakupalvelu tarkoittaa kahden eri käyttäjäryhmän näkökulmista ja miten toiveet asunnonhakupalvelun toiminnallisuudelle eroavat näillä ryhmillä. Lisäksi yhtenä tavoitteena oli selvittää, olisiko uuden liiketoiminnan käynnistäminen mahdollista tutkimustulosten perusteella. Tästä syystä työn toimeksiantajana toimii opinnäytetyön tekijän oma yritys.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin laadullista otetta. Tutkimusjoukko suoritti tehtävän Etuovi.com -sivustolla ja lisäksi tutkimusjoukkoa haastateltiin tehtävän suorittamisen jälkeen. Tutkimusjoukossa oli sekä oman kodin ostajia että asuntosijoittajia. Haastattelut ja tehtävän suorittaminen nauhoitettiin, ja nauhoitukset litteroitiin sanatarkasti. Tehtävänä oli sellaisen kohteen löytäminen, josta haastateltava ottaisi yhteyttä, ja haastatteluiden kysymykset koskivat suoritettua tehtävää eri vaihteiden analysointia.</p> <p>Tutkimustuloksia käsiteltäessä analysoidaan ensin tutkimusjoukon mielipiteitä tutkittavan sivuston asunnonhakuprosessin käyttäjälähtöisyydestä ja sen jälkeen hahmotellaan uuden asunnonhakupalvelun toiminnallisuuden rakenteita tutkimustulosten pohjalta.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat, että asuntosijoittajien toiveet asunnonhakupalvelun toiminnallisuudelle poikkeavat oman kodin ostajien toiveista. Uudelle asuntosijoittajille kohdistetulle asunnonhakupalvelulle on olemassa selkeä tarve, mutta liiketoiminnan käynnistäminen pelkästään tämän yhden palvelun varaan on riskialtista erittäin kovasti kilpailluilla markkinoilla.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Käyttäjälähtöisyys, asuntosijoittaminen, asunnonhakupalvelut, sähköiset palvelut, Etuovi.com		
Muut tiedot		



Author(s) Tonteri, Heidi	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 10.03.2014
	Pages 60	Language Finnish
		Permission for web publication (X)
Title USER-ORIENTED APARTMENT SEARCHING SERVICE FROM OWN HOME BUYERS' AND HOUSING INVESTMENT BUYERS' PERSPECTIVE		
Degree Programme Degree Programme in Services Management		
Tutor(s) Viitasaari, Mikael		
Assigned by Home Solutions Oy		
<p>Abstract</p> <p>The purpose of the thesis was to study how buyers of own home and buyers of housing investment experienced user-oriented apartment searching service. The website that was examined was Etuovi.com, the biggest and most popular apartment searching service in Finland. The purpose of the study was to discover what user-oriented apartment searching service contained from the perspectives of the two buyer groups, and how the wishes regarding the apartment search service functionality differed within these groups. Another aim of the thesis was to find out if it was possible to start a business based on the research results. That is the reason why the thesis was assigned by the author's company.</p> <p>The study was conducted using a qualitative method. The persons, who were invited to take part in the study, executed a task on the site, after which they were interviewed. The group included both own home buyers and housing investment buyers. The interviews and the performing of the task were recorded and the recordings were transcribed. The task on the site was to find an apartment on which the interviewees would contact the seller. The interviews concerned analyzing the different phases of the searching process.</p> <p>The results were first processed by analyzing the opinions of the interviewees about the user-friendliness of the searching process and then the functionality of the new apartment searching service was drafted, based on the results.</p> <p>The results showed that the housing investment buyers' wishes for functionality differed from the wishes of own home buyers. There was a need for a new property searching service for housing investors, but starting a new business upon just one service is risky in a market, which has a tough competition.</p>		
Keywords		
Miscellaneous		

Sisältö

1	Uusi palvelu asuntojen etsimiseen.....	2
2	Sijoittajien ja oman kodin ostajien erilaiset tarpeet asunnonhakupalvelulle.....	5
2.1	Käyttäjärühmien motiivien erot	5
2.2	Keskeiset hakusivustot Suomessa	9
2.3	Kiinteistönvälitysyriyten hakupalvelut Suomessa	19
3	Käyttäjälähtöinen asunnonhakupalvelu.....	34
3.1	Käyttäjälähtöisyys	34
3.2	Palvelu	34
3.3	Käytettävyyden osa-alueet	35
4	Tutkimusprosessi	37
4.1	Tutkimusmenetelmä.....	37
4.2	Testitehtävä ja haastattelut.....	37
4.3	Luotettavuus laadullisessa tutkimuksessa	47
5	Tutkimuksen tulokset.....	48
5.1	Käyttäjärühmien toiveet asunnonhakupalvelulle.....	48
5.2	Uusi liiketoiminta.....	51
6	Pohdinta	52
	Lähteet	56
	Liitteet.....	58
	Liite 1. Haastateltavien suorittama tehtävä	58
	Liite 2. Haastattelurunko	58

KUVIOT

Kuvio 1. Tutkijan oman yrityksen toimintamalli	4
Kuvio 2. Asuinhuoneistot Suomessa hallintaperusteen mukaan 2012, prosenttia (Tilastokeskus 2013).....	6
Kuvio 4. Etuovi.com -sivuston etusivu	10
Kuvio 5. Etuovi.com -sivuston hakusivu - yläosa.....	12
Kuvio 6. Etuovi.com -sivuston hakusivu - alaosa	13
Kuvio 7. Oikotie.fi -sivuston etusivu.....	14
Kuvio 8. Oikotie.fi -sivuston hakusivu	15
Kuvio 9. Oikotien alueenvalintasivu	15
Kuvio 10. Jokakoti.fi -sivuston etusivu	17

Kuvio 11. Jokakoti.fi -sivuston haku	17
Kuvio 12. Jokakoti.fi -sivuston laajennettu haku	18
Kuvio 13. Habitan etusivu	19
Kuvio 14. Habitan hakusivu	20
Kuvio 15. Huoneistokeskuksen etusivu	21
Kuvio 16. Huoneistokeskuksen hakusivu	22
Kuvio 17. OP-Kiinteistökeskuksen etusivu	23
Kuvio 18. OP-Kiinteistökeskuksen välisivu	24
Kuvio 19. OP-Kiinteistökeskuksen hakusivu	25
Kuvio 20. OP-Kiinteistökeskuksen lisää hakuehtoja	26
Kuvio 21. Kiinteistömaailman etusivu	27
Kuvio 22. Kiinteistömaailman hakusivu	28
Kuvio 23. Kiinteistömaailman lisää hakuehtoja	29
Kuvio 24. RE/MAX:n etusivu	30
Kuvio 25. RE/MAX:n hakusivu	31
Kuvio 26. SKV:n etusivu	32
Kuvio 27. SKV:n hakusivu	33
Kuvio 28. Etuovi.com -sivuston etusivu	39
Kuvio 29. Etuovi.com -sivuston hakusivu - yläosa	40
Kuvio 30. Etuovi.com -sivuston hakusivu - alaosa	41
Kuvio 31. Esimerkkihaun tulokset listattuna Etuovi.com -sivustolla	42
Kuvio 32. Esimerkkikohteen tiedot Etuovi.com -sivustolla, yläosa	43
Kuvio 33. Esimerkkikohteen tiedot Etuovi.com -sivustolla, alaosa	44
Kuvio 34. Yhteydenottolaatikko Etuovi.com -sivustolla	46
Kuvio 35. Käyttäjälähtöinen asunnonhakupalvelun kohteen sivu	51

TAULUKOT

Taulukko 1. Käyttäjärühmien motiivien eroja	8
Taulukko 2. Käyttäjärühmien mielipiteiden eroavaisuudet palvelun muutamista toiminnoista	47

1 Uusi palvelu asuntojen etsimiseen

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelma on muotoutunut pidemmän ajan kuluessa. Olen vuodesta 2005 alkaen muuttanut yhteensä kahdeksan kertaa. Muuttojen ja erilaisten kotien myötä on muodostunut kuva siitä, minkälainen oma, itse omistettu koti voisi olla. Asuntojen selailu mm. Etuovi.com -sivustolla, lehdistä ja kiinteistönvälitysyriestysten toimistojen ikkunoista tuli tutuksi ajan saatossa.

Palkkiona esimiesharjoittelusta pääsin osallistumaan ”Vaurastumisen perusteet” -valmennukseen ja asuntosijoittaminen alkoi kiinnostaa toden teolla. Aloin käyttää samoja palveluja, nyt eri näkökulmasta ja huomasin toimivani sivustoilla eri tavalla. Alkoi kiinnostaa, kuinka erilaisia näiden kahden eri käyttäjäryhmän, oman kodin etsijöiden ja asuntosijoittajien, toiveet näitä palveluja kohtaan ovat. Kiinnostus aihetta kohtaan kasvoi niin merkittävästi, että päätin rakentaa aiheen ympärille opinnäytetyöni.

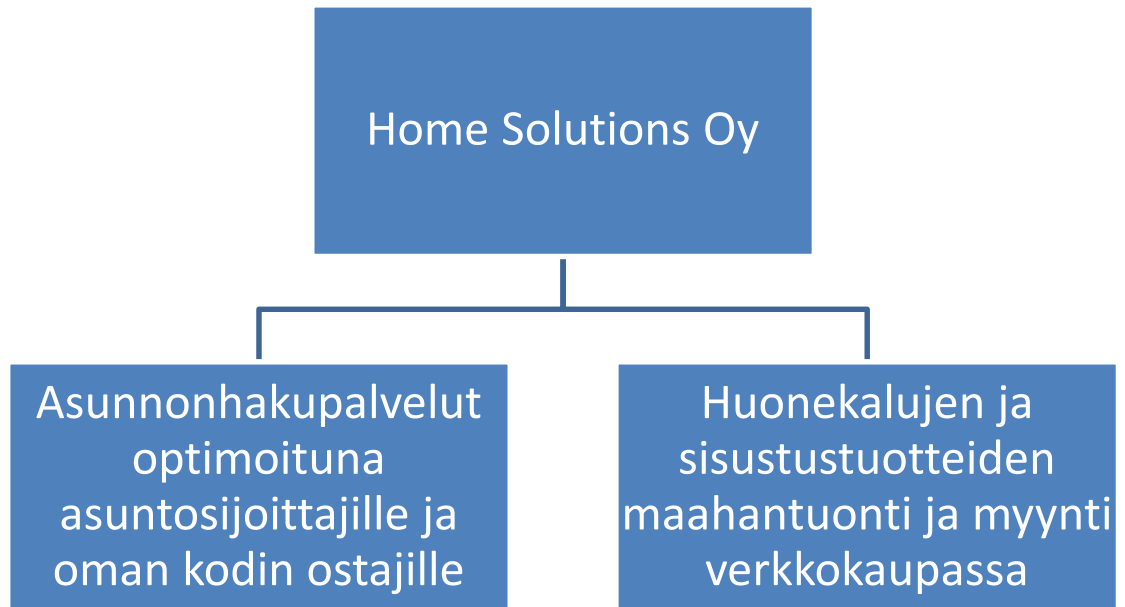
Tutkittavaksi sivustoksi valikoitui Etuovi.com, koska se on Suomen suurin ja suosituin kiinteistökaupan verkkopalvelu. (TNS Gallup) Etuovea käyttää keskimäärin 400 000 eri kävijää viikoittain. Etuovi.com-sivustolla on maan laajin kiinteistönvälittäjien ja rakennuttajien kohdevalikoima ja myös yksityishenkilöt voivat ilmoittaa asuntonsa palvelussa myyntiin. (Etuovi.com lyhyesti n.d.)

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteena oli selvittää tarkoittaako käyttäjälähtöinen palvelu eri asioita asuntosijoittajan ja oman kodin ostajan näkökulmasta Etuovi.com -sivustolla ja millä lailla erilaiseksi asunnonhakupalvelu tulisi optimoida näille kahdelle käyttäjäryhmälle. Lisäksi kolmas tavoite oli selvittää miten liiketoiminta käynnistettäisiin uuden asunnonhakupalvelun ympärille.

Tutkimusotteeksi valittiin laadullinen menetelmä, koska haluttiin selvittää, mitä käyttäjälähtöisyys tarkoittaa sijoittajan ja oman kodin ostajan näkökulmasta ja mitä eroja siinä ilmenee. Tutkimusmenetelmäksi valittiin puolistrukturoitu haastattelu ja haastatteluita tehtiin yhteensä yhdeksän. Lisäksi tutkimusprosessin aikana heräsi mielenkiinto selvittää, olisiko sijoitusasunnon ostajille rakennettava oma ja täysin uusi palvelu ja minkälaisia toimintoja sen pitäisi sisältää.

Opinnäytetyön teoriaosassa esitellään mitä toiveiden ja motiivien eroja asuntosihoittajilla ja oman kodin ostajilla on asunnonhakupalvelun toiminnallisuutta kohtaan, millaisia asunnonhakupalveluita Suomessa on, sekä esitellään millainen käyttäjälähtöinen asunnonhakupalvelu voisi olla. Tutkimusosassa esitellään tutkimusmenetelmä, sekä käydään läpi tutkimuksen kulku sekä analysoidaan tutkimuksen luotettavuutta. Viimeisenä tutkimuksen pohjalta vedetään johtopäätöksiä ja vastataan tutkimuskysymyksiin: Millainen on käyttäjälähtöinen asunnonhakupalvelu oman kodin ostajille ja asuntosihoittajille? Miten erot käyttäjälähtöisessä asunnonhakupalvelussa ilmenevät oman kodin ostajien ja asuntosihoittajien välillä Etuovi.com -sivustolla? Onko liiketoiminnan perustaminen kannattavaa ja järkevää uuden palvelun ympärille? Viimeisenä hahmotellaan uuden palvelun rakenteita ja liiketoimintamallia.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii opinnäytetyöntekijän oma yritys. Hahmotelma omasta yrityksestä on, mutta yritystä ei ole vielä virallisesti perustettu. Opinnäytetyöprosessin alussa oli olemassa karkea suunnitelma liiketoiminnalle, jonka yksi palvelutuote rakentuisi opinnäytetyön tuloksena. Yrityksellä on jo keksitty nimi, Home Solutions Oy toimialanaan kiinteistöala sekä tukku- ja vähittäiskauppa. Kiinteistöalan puoli käsittäisi uudenlaisen asunnonhakupalvelun, jossa oman kodin ostajille ja asuntosihoittajille olisi käyttäjäryhmälle optimoidut hakupalvelut. Tukku- ja vähittäiskaupan puoli tukisi palvelua huonekalujen ja sisustustavaroiden maahan- tuonnilla ja verkkokaupalla (ks. kuvio 1).



Kuvio 1. Tutkijan oman yrityksen toimintamalli

Koska yrityksen palvelutuotteet ovat kuluttajalle sähköisiä, yritys tarvitsee myös teknologiaosaamista verkkokauppaa, hakupalveluja ja maahantuontia varten. Yritys perustettaisiin osakkeenomistajina niin että itselläni olisi osakkeita eniten merkittynä. Ensimmäinen konkreettinen lanseerattava palvelu olisi verkkokauppa. Liiketoimintaa laajennettaisiin seuraavaksi asunnonhakupalveluihin.

Yrityksen visio olisi olla aidosti kuluttajälhtöisin asumisen palvelu Suomessa. Yrityksen missiona olisi tuottaa sähköisiä asumisen palveluita, joissa tarjonta kohtaa tarpeen. Yrityksen kilpailuvalttina olisi käyttäjäälhtöisyys, koska palvelut olisi rakennettu käytettävyydeltään niin, että kuluttaja löytäisi aina jotain mitä oli etsimässä. Viidakorumpu kertoisi: "Oletko kokeillut tätä sivustoa? Sieltä minä löysin montakin sellaista, mitä olin etsimässä".

Hakupalvelun puolella liikevaihto tulisi ilmoitusmaksuista, ja ne taas taattaisiin sillä että asunnot löytävät ostajansa nopeasti. Nopean liikkuvuuden avain olisi se, että asunnoista löydetään kerrottavaksi kuluttajille ne asiat, joita he halutaan tietää ja joita he etsitään. Talouden yleiset vaihtelut ja korkotaso vaikuttavat tietysti asunto-

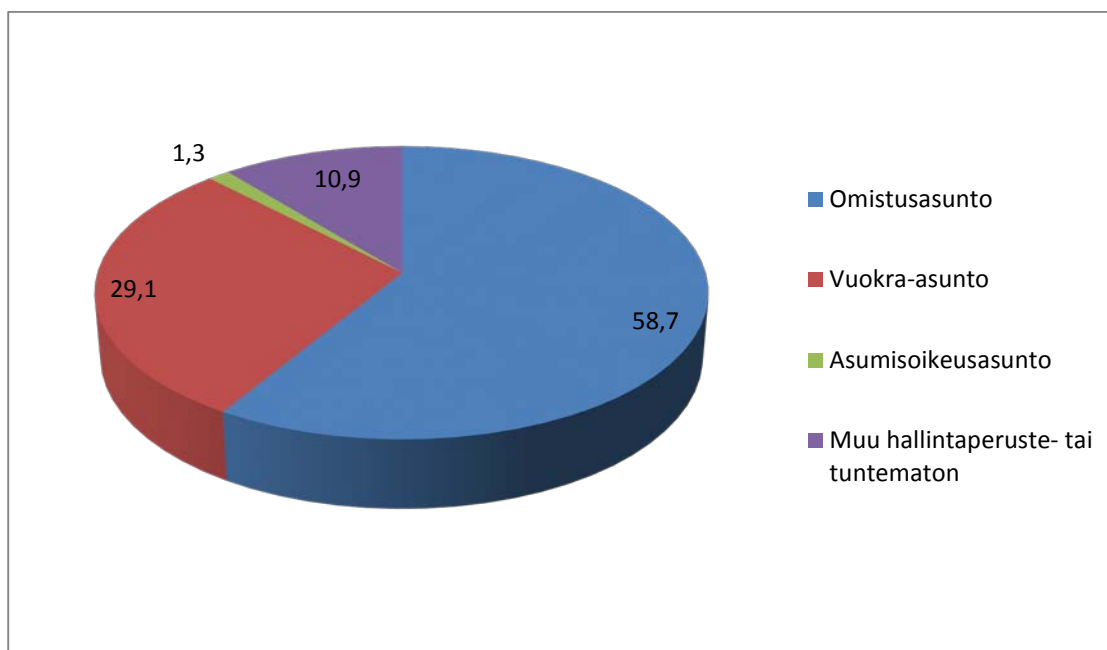
jen myyntinopeuteen. Niinpä tiettyä välitysvarmuutta tai -nopeutta on vaikea taata, mutta palvelulupaus ”Nopeammin kuin kilpailijat”, olisi toteutettavissa.

Tällainen karkea liiketoimintasuunnitelma mielessä opinnäytetyöntekijä alkoi perehtyä opinnäytetyöprosessiin alkaen kasata tietoperustaa ja suunnitella tutkimusta.

2 Sijoittajien ja oman kodin ostajien erilaiset tarpeet asunnonhakupalvelulle

2.1 Käyttäjärühmien motiivien erot

Asunnonhakupalveluja selaavissa kuluttajissa on kaksi suurempaa ryhmää: ne, jotka etsivät omaa kotia ja ne, jotka etsivät sijoituskohdetta. Lähes 60 % suomalaisista asuu itse omistamassaan asunnossa (ks. kuvio 2). Lisäksi asuntosijoittaminen yleistyy ja osana kotitalouksien varallisuutta on usein sijoitusasunto (SVT 2009). Kun nämä kaksi käyttäjäryhmää, ne jotka etsivät omaa kotia ja ne jotka etsivät sijoitusta, käyttävät asunnonhakupalveluja on toiminnan taustalla ovat erilaiset intressit, ja koko hankintaprosessi on erilainen.



Kuvio 2. Asuinhuoneistot Suomessa hallintaperusteen mukaan 2012, prosenttia (Tilastokeskus 2013)

Oman kodin ostajat

Omaa kotia ostettaessa etsitään usein unelmaa. Taustalla on useampia muuttoja ja kokemuksia hyvistä ja huonoista ratkaisuista. Oman kodin osto on usein elämän suurin päätös ja siihen käytetään valtaisesti harkintaa, aikaa sekä keinoja. Tutkimukset ovat osoittaneet, että oman kodin ostamiseen liittyy irrationaalista käyttäytymistä ja myös tunteilla on merkitystä valintaa tehdessä (Juntto 2010, 61-63). Lisäksi oma koti saatetaan ostaa vain muutamaksi vuodeksi; nuori pariskunta saattaa kasvattaa kotinsa huonekokoja tasaisesti muutaman vuoden välein varallisuuden karttuessa.

Asumista on tutkittu jonkin verran ja oman kodin ostajista kuluttajajoukkona on löydetty erilaisia profiileja. Kyseinen tutkimus oli verrattain pieni, 30 haastateltavaa, ja profiileja kaksivaiheisen analyysin jälkeen tunnistettiin viisi. (Juntto 2010) Laajemmat tutkimukset toisivat esiin varmasti lisää profiileja. Oman kodin ostajien käyttäjäryhmän toiminnan taustalta löytyy varmasti erilaisia motiiveja, jotka ohjaavat käytöstä, ja se, minkälaista kotia etsitään, on aina tapauskohtaista.

Omaa kotia etsittäessä yhteistä on se, että kotia etsitään peilaten sitä itseän ja niihin, keitä kotiin muuttaa ja siihen mitä toiveita kotitaloudella on. Asunnonhakupalveluita käytetään peilaten näitä toiveita, esimerkkeinä sauna, kodinhoitohuone, tupakoitsijalle parveke, isolle perheelle enemmän huoneita, puuhastelijoille remonttikohde, hyvätuloiselle uusi tai remontoitu. Asunnonhakupalvelulta vaadittava toiminnallisuus on sitä, että oman kodin etsijä saa valittavakseen kaikki toivomansa ominaisuudet ja pääsee selaamaan joukkoa ja punnitsemaan vaihtoehtoja.

Sijoitusasunnon ostajat

Kun asuntosijoittaja etsii itselleen kohdetta, ne ominaisuudet, joita hän kohteessa pohtii, ovat erilaisia kuin oman kodin ostajalla. Usein asuntosijoittaja etsii erilaista kohdetta kuin missä itse asuu. Sijoitusasunto ostetaan pitkäaikaiseksi sijoitukseksi, jopa moneksi kymmeneksi vuodeksi. Kartoittaessaan asuntotarjontaa, sijoitusasunnon ostaja haluaa rajata haun pieniin kerrostalo-osakkeisiin, koska yksiöt ja kaksiot menevät paremmin vuokralle kuin isot asunnot. Asuntosijoittajalle kiinnostavia tietoja ovat myös taloyhtiö ja siihen liittyvät yksityiskohdat, yhtiövastike, lämmitysjärjestelmä, pohjaratkaisu (soveltuuko kaksio myös kahdelle kaverukselle, mahtuuko yksiöön parisänky), asunnon kunto (ovatko putkiremontti ja muut isommat remontit tehty vai vasta tulossa) sekä esimerkiksi liikenneyhteydet. (Ostajan muistilista, 2013) Jos kyseisiä tietoja ei kohteesta ole selvillä, on sijoittajan kiinnostuksen herättäminen todennäköisesti vaikeampaa. Lisäksi jos kyseisiä tietoja kohteesta ei ole saatavilla, asuntosijoittaja ei välttämättä edes löydä kohdetta, vaikka kohde olisi sijoitustarkoitukseen oivallinen.

Asuntosijoittajaa kiinnostavat myös kohteen sijainti ja asuinalueen palvelut, koska huonomaineinen alue ei houkuttele vuokralaisia tai vuokralaiset vaihtuvat usein. Kaikki vuokraamattomat kuukaudet taas laskevat tuottoa. (Millainen on hyvä sijoitusasunto 2013) Nämäkin tiedot pitää tulla ilmi kohteen ilmoituksesta, jotta sijoittaja alkaisi edes punnitsemaan kohdetta potentiaalisena seuraavana sijoituksenaan.

Kasson (2006, 54-55) mukaan käytetyn asunnon kaupassa on tärkeää ottaa huomioon huoneiston (seinät, kosteat tilat, huoneilma, vetoisuus, ilmanvaihtojärjestelmä

sekä pinnoitteet) ja sen eri varusteiden (liesi, jääkaappi sekä muut kodinkoneet) kunto ja mahdollinen korjaustarve. Muutamankin vuoden huono ja huolimaton asuminen voi saada asunnon remonttikuntoon. Nämä yksityiskohdat selviävät myös tarkastamalla, mutta ilman kuvia ja vähäisin tiedoin ilmoitus asunnosta ei asuntosijoittajalle ole houkutteleva.

Uuden asunnon kauppaa varten on olemassa säännöksiä sekä niin sanottuja turvasiikirjoja. Ne suojelevat ostajaa ja uuden asunnon kauppaa voidaan asuntosijoittajan näkökulmasta pitää riskittömämpänä. (Kasso 2006, 55-56)

Sijoitusasunnon ostaja ei siis selaa tarjontaa etsien ihanaa omien unelmien täyttymystä, vaan kohdetta, jolle saa viiden prosentin vuosituoton (Ostajan muistilista 2013). Asuntosijoittajan käyttäytyminen tarjonnan kartoitusvaiheessa on rationaalista ja tietoon perustuvaa. Asunnonhakupalvelun tulisi tukea tätä käyttäytymistä mahdollistaen tarvittavien tietojen syötön jotta tulos rajautuu sijoituskäyttöön soveltuviin asuntoihin ja eri kohteiden vertailu faktojen perusteella onnistuu.

Taulukossa vedetään yhteen käyttäjäryhmän motiivien erilaisuuksia asuntoa sekä asunnosta saatavia tietoja kohtaan.

Taulukko 1. Käyttäjäryhmien motiivien eroja

	Sijoitusasunnon ostaja	Oman kodin ostaja
Suhtautumien asuntoon	Rationaalinen	Tunteikas
Motiivi	Tuottava sijoitus	Unelmien asunto itselle ja perheelle
Käyttötarkoitus	Mahdollisimman monikäyttöinen, jotta asunto soveltuu paremmin vuokrattavaksi	Soveltuva juuri itselle ja perheen käyttötarkoitukseen
Kuvien merkitys	Saa käsityksen asunnon kunnosta, kuinka paljon kunnostukseen on mahdollisesti investoitava	Miellyttääkö asunto omaa silmää?
Pohjapiirroksen merkitys	Miten neliöt on käytetty, soveltuuko yksiö pariskunnalle ja kaksio kaveruksille?	Onko keittiö toimiva, onko säilytystilaa tarpeeksi, ovatko huoneet soveltuvia omalle perheelle?

Tiedot	Taloyhtiö, mitä remontteja taloyhtiössä on tehty ja on tulossa, mitä palveluita lähellä?	Mitä remontteja asunnossa on tehty, miten remontointi on mahdollista?
--------	--	---

2.2 Keskeiset hakusivustot Suomessa

Seuraavaksi esitellään keskeiset sähköiset asunnonhakupalvelut Suomessa. Ne ovat tutkittavan sivuston lisäksi Oikotie.fi ja Jokakoti.fi. Näihin palveluihin sekä välittäjät että yksityiset myyjät voivat ilmoittaa kohteensa myyntiin. Sivustoista tekee keskeiset juuri se, että palveluista löytyy käytännössä koko markkinoiden tarjonta jokaiselta välittäjältä ja yksityisiltä myyjiltä.

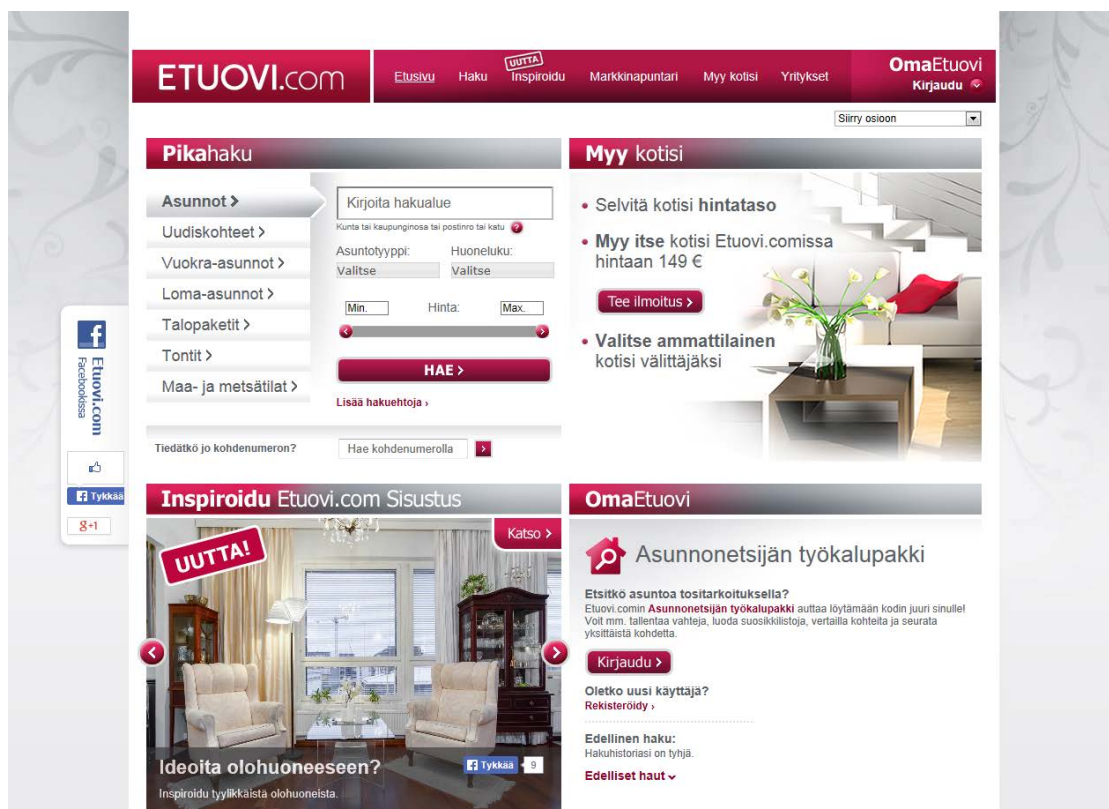
Näiden sivustojen taustalla ovat suuremmat yhtiöt, jotka tarjoavat paljon erilaisia tuotteita ja palveluita kuluttajille, ja asunnonhakupalvelut ovat yksi palvelutuote niiden valikoimassa. Nämä sivustot on rakennettu lähtökohtaisesti oman kodin ostajia varten, sillä rajaavista ominaisuuksista löytyy juuri niitä, joilla käyttäjä voi arvioida asunnon soveltumista hänelle itselleen ja hänen perheelleen.

Tutkittava sivusto - Etuovi.com

Etuovi.com on yksi Alma Mediapartners Oy:n palveluista. Alma Mediapartners Oy:n omistajia ovat Alma Media Oyj (65 %) ja Väli-Suomen sanomalehtien kehitysyhtiö Arena Partners (35 %). (Heinonen 2012)

Etuovi.com valittiin tutkittavaksi sivustoksi, koska se on Suomen suurin ja suosituin kiinteistökaupan verkkopalvelu 400 000 viikkokävijällä. (Palvelun esittely n.d.) Tutkimusten mukaan sivuston on todettu vastaavan parhaiten asunnon etsijän tarpeita ja olevan helppokäyttöisin ja kattavin asuntokaupan sivusto Suomessa (TSN Gallup). Lisäksi asunnon ostajille Etuovi.com on todettu useissa tutkimuksissa olevan tärkein yksittäinen asuntokaupan tiedonlähde internetissä. (Palvelun esittely n.d.) Nämä tutkimukset ovat kuitenkin melko vanhoja, kun kyseessä on verkkopalvelu.

Etuovi.com -sivuston etusivu on jaettu neljään suurempaan osaan: ”Pikahaku”, ”Myy kotisi”, ”Inspiroidu” sekä ”OmaEtuovi”. Pikahaku on suoraan etusivulla ja hakukriteerejä ovat asuntotyyppi, huoneluku sekä hinta (ks. kuvio 4).



Kuvio 3. Etuovi.com -sivuston etusivu

Klikkaamalla ”Lisää hakuehtoja” avautuu sama näkymä, kuin yläpalkissa olevaa ”Haku” -kohtaa klikkaamalla (ks. kuviot 5 & 6). Haussa on mahdollista syöttää hakualue kunnan, kaupunginosan, postinumeron tai kadun mukaan. Lisäksi on mahdollista rajata alue kartalta. Klikkaamalla ”Rajaa alue kartalta” aukeaa sivulle kartta jota on mahdollista zoomata. Klikkaamalla ”Hyväksy rajaus” poimii haku mukaan kartalle mahtuvat kohteet. Mitä lähemmäksi ja tarkemmaksi aluetta rajaa, sitä vähemmän kohteita tulee hakuun mukaan.

Hakukriteerit ovat jaettu neljään osaan: hinta, ominaisuudet, koko sekä lisäominaisuudet. Hinta-kohdassa voi määritellä velattoman hinnan, neliöhinnan sekä hoitovastikkeen. Näistä neliöhinta on erinomainen hakua rajaava tekijä asuntosijoittajalle, kuin myös hoitovastike. Ominaisuus-kohdassa ovat asuntotyyppi (kerrostalo-osake, omakotitalo, rivitalo, paritalo, erillistalo, puutalo-osake sekä luhtitalo), omistusmuoto (omistusasunto, osaomistusasunto sekä asumisoikeusasunto), asunnon kunto (hyvä, tyydyttävä ja välttävä) sekä rakennusvuosi jonka voi rajata minimi- ja maksimiarvoilla. Koko-kohdassa ovat asuinpinta-ala (rajaus minimi- ja maksimiarvoilla), huoneiden lukumäärä (yksiö-neljä huonetta tai yli neljä huonetta) sekä tontin pinta-ala ja omistus. Lisäominaisuuskohdassa ovat sauna (asunnossa sauna/taloyhtiössä sauna/ei saunaa), uudiskohteet (kaikki kohteet/vain uudiskohteita/ei uudiskohteita), lämmitysmuoto (kaukolämpö, öljylämmitys, sähkölämmitys, puu tai maalämpö), parveke, hissi, myyjä (yksityinen tai välittäjä) sekä milloin kohde on ilmoitettu. Lisäksi on vielä yksi osio, jossa voi valita vain esittelyssä olevat kohteet, ensiesittelyt, kohteet joista on kuvia sekä oman rannan. Kaikki hakukriteerit auttavat sekä asuntosijoittajaa että oman kodin ostajaa rajaamaan kohteita melko hyvin.

☐ välttävä

Koko m²

- m²

Huoneiden lukumäärä

☐ yksio ☐ 4 huonetta
☐ kaksio ☐ yli 4 huonetta
☐ 3 huonetta

Tontin pinta-ala ja omistus

- m² ☐ oma
☐ vuokra

Lisäominaisuudet

Sauna

Valitse

Lämmitysmuoto

☐ kaukolämpö
☐ öljylämmitys
☐ sähkölämmitys
☐ puu
☐ maalämpö

Uudiskohteet

☐ esitellyssä olevat
☐ ensiesittelyt
☐ vain kuvalliset kohteet

Myyjä

ei valintaa

Ilmoitettu

ei valintaa sisällä

Tyhjennä

Tallenna valti

Hakuehdoilla löytyy 45708 asuntoa

Järjestä lista

HAE >

Tietoa Etuovi.comista

- Ohjeet
- Lähellä palautetta
- Palvelun esittely
- Rekisteriseloste
- Käytännöt
- Tietosuojat

Mediamyynli

- Etuovi.com Asunnot
- Mainonta
- Etuovi.com Sisustus
- Vuokraovi.com

Asumisen mobiilivälikäyttö

- Mobiilisivusto m.etuovi.com
- Lataa iPhone-sovelluksemme App Storesta
- Lataa Android-sovelluksemme Google Playsta

Seuraa meitä

- Facebookissa
- Twitterissä

ALMA

Koti ja asuminen Alma Median muissa verkkopalveluissa

[Etuovi.com Sisustus](#) | [Vuokraovi.com](#) | [Iltalehti.fi Asuminen](#)

Asunnot Helsinki | Asunnot Espoo | Asunnot Vantaa | Asunnot Jyväskylä | Asunnot Tampere | Asunnot Lahti | Asunnot Turku | Asunnot Oulu

Uudiskohteet Helsinki | Uudiskohteet Espoo | Uudiskohteet Vantaa | Uudiskohteet Jyväskylä | Uudiskohteet Tampere | Uudiskohteet Lahti | Uudiskohteet Turku | Uudiskohteet Oulu

Vuokraovi.comin katsotutimmat vuokra-asunnot »

Etuovi.comin katsotutimmat omistusasunnot »

Asunnot »

Uudiskohteet »

Loma-asunnot »

Talopakettit »

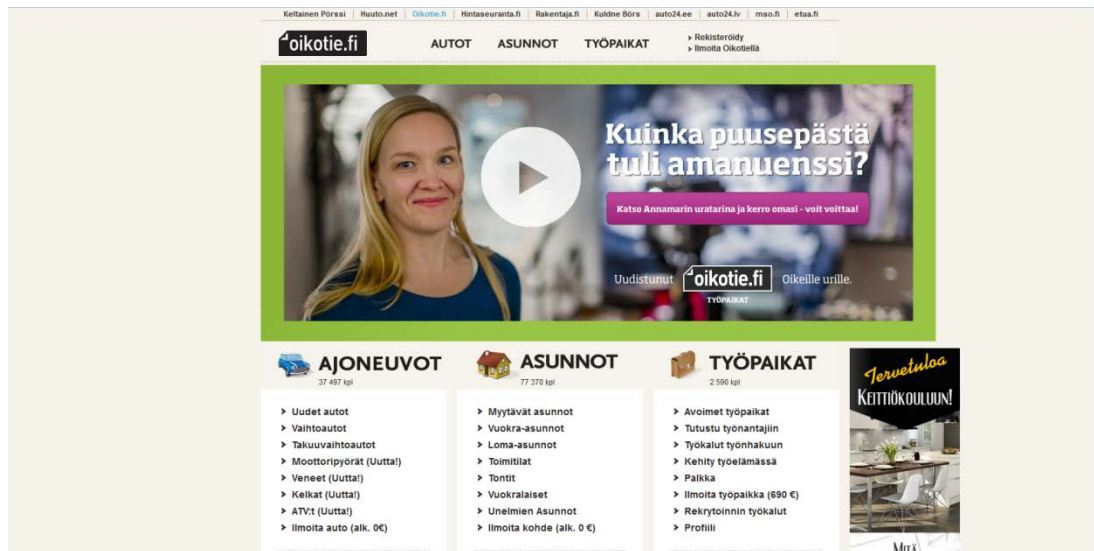
Tontit »

Maa- ja metsätilat »

Kuvio 5. Etuovi.com -sivuston hakusivu -alaosa

Oikotie.fi

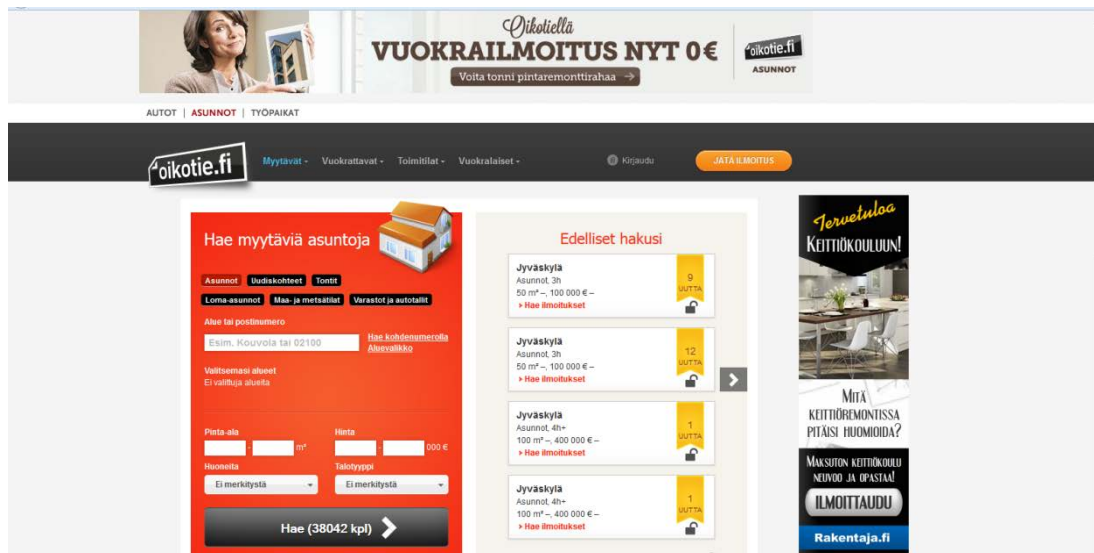
Oikotie on osa Sanoma -konsernia (Näin ilmoitat ja mainostat Oikotieellä 2014). Etusivulla käyttäjä näkee ison mainoksen, joka kattaa puolet sivusta. Alaosa sivusta on jaettu kolmeen osaan: ajoneuvot, asunnot ja työpaikat (ks. kuvio 7).



Kuvio 6. Oikotie.fi -sivuston etusivu

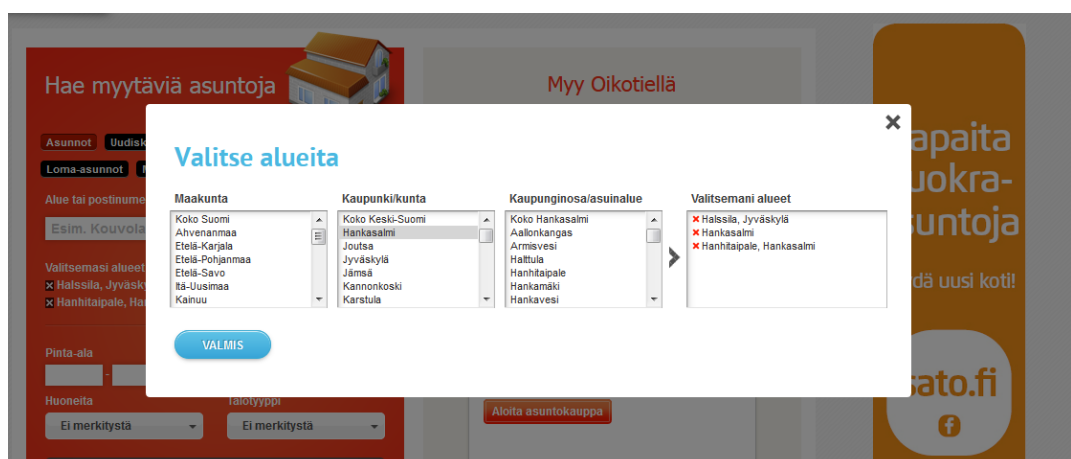
Käyttäjän klikatessa ”Myytävät asunnot” aukeaa hakusivu (ks. kuvio 8). Hakutoiminto on sivun vasemmalla puolella, jonka oikealla puolella näkyvät samalla tietokoneella suoritettut edelliset haut. Lista päivittyy, ja hakujen kohdalla ilmoitetaan, montako uutta kohdetta haulla löytyisi. Tämä palvelee asuntosijoittajaa, koska hän voi nopeasti tarkastaa päivittäin, onko hänen toiveissaan olevia asuntoja tullut myyntiin lisää.

Käyttäjä voi tarkentaa ensimmäisenä, onko hän etsimässä uudiskohdetta, tonttia, loma-asuntoa, maa- tai metsätilaa tai varastoa tai autotallia. Tästä valikosta asuntosijoittajaa palvelee mahdollisuus valita uudiskohde ja loma-asunto, jos häntä kiinnostavat nämä kiinteistötyypit. Alueen voi valita kirjoittamalla tai postinumerolla. Alueeksi kelpaa pienempikin alue kuin kunta sillä haku tunnistaa myös kylän tai kaupunginosan. Tämä palvelee myös asuntosijoittajaa, jos hän tietää jonkin tietyn alueen, joka soveltuu asuntosijoittamiseen erinomaisesti.



Kuvio 7. Oikotie.fi -sivuston hakusivu

Aluevalikkoon klikkaamalla ponnahtaa sivulle valikko, josta voi valita maakunnan, kaupungin tai kunnan sekä asuinalueen (ks. kuvio 9). Valitut alueet listautuvat reaaliaikaisesti hakusivulle, joka pysyy tummempana taustalla.



Kuvio 8. Oikotien alueenvalintasivu

Käyttäjä voi alueen valinnan jälkeen valita vielä pinta-alan, joka tarkoittaa asunnon pinta-alaa, hinnan, huoneiden lukumäärän ja talotyyppin. Huoneiden lukumäärä auttaa sijoitusasunnon ostajaa, mutta muut rajaavat tuloksia epätarkasti. Haku - painikkeen kohdalle päivittyy jokaisen rajauksen myötä hakutulos. Se hyvä, sillä kulluttaja tietää heti vaihtaa rajausta, jos tuloksia on nolla.

”Tarkennettu haku” -valikkoa klikkaamalla aukeaa uusi sivu, johon listautuvat tulokset, jotka haku siihen mennessä näyttää. Hakuvalikko on tulosten vasemmalle puolelle jäävä pitkä ja kapea palkki, johon käyttäjä voi syöttää edellä mainittujen rajaavien ominaisuuksien lisäksi esittelyn ajankohdan, asunnon kunnon, ominaisuuksista hissin, parvekkeen, saunan asunnossa tai taloyhtiössä. Lisäksi käyttäjä saa rajata rakennusvuoden jolloin asuntosijoittaja voi rajata pois ne kohteet, joissa putkiremontti lähes-tyy. Käyttäjä voi valita myös omistusmuodon sekä tontin pinta-alan ja omistuksen. Tämä on hyvä toiminto, sillä asuntosijoittajaa kiinnostavat enemmän kohteet, joissa tontti on oma. Lisäksi käyttäjä voi valita myös niin, ettei haku sisällä uudiskohteita. Mahdollisuus on myös valita yksityinen myyjä tai välittäjä/yritys. Viimeisenä käyttäjä voi valita ilmoituksen iän.

Jokakoti.fi

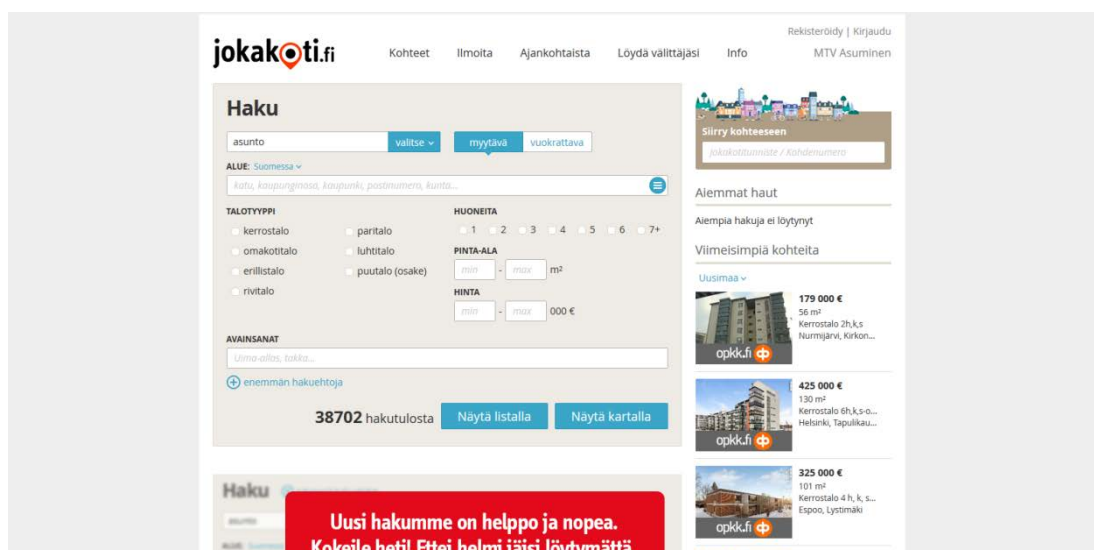
Jokakodin omistavat yhdessä MTV Oy sekä Suomen johtavat kiinteistönvälittäjät (Aktia Kiinteistönvälitys, Kiinteistömaailma, OP-Kiinteistökeskus, Huoneistokeskus, HUOM! ja SVK, sekä SKVL. (Jokakoti Oy 2013)

Jokakoti.fi -sivustolle tullessaan käyttäjän huomion saa ensimmäisenä iso mainosbanneri sivun yläosassa, joka viittauspäivänä myi mediatilaa MTV3:lle ja MTV Katsoon Keski-Suomen alueelle. Hakuosio alkaa puolesta välistä sivua (ks. kuvio 10).



Kuvio 9. Jokakoti.fi -sivuston etusivu

Hakuun voi määritellä asuntotyyppin, alueen, huonelukumäärän, pinta-alan, hinnan sekä avainsanoja, esimerkiksi "sauna". Asuntosijoittaja voi laittaa avainsanaksi esimerkiksi "vuokrattu", jos hän on kiinnostunut ostamaan kohteen, jossa vuokralainen on jo valmiina (ks. kuvio 11).



Kuvio 10. Jokakoti.fi -sivuston haku

”Enemmän hakuehtoja” -painikkeen alta käyttäjä voi määritellä asunnon kunnon, rakennusvuoden, ominaisuuksia (hissi, oma sauna, heti vapaa, parveke, yhteinen sauna), omistusmuodon, kauppamuodon, tontin koon ja omistuksen, kuuluuko kohteeseen ranta, myyjän sekä esittelyn. Asuntosijoittajaa kiinnostavat asunnon kunto, rakennusvuosi, kauppamuoto ja tontin omistus. Oman budjettinsa mukaan hän voi rajata pois liian kalliit kohteet ominaisuuksia käyttämällä (ks. kuvio 12).

The screenshot displays the 'Haku' (Search) page on Jokakoti.fi. The interface is organized into several sections for filtering search results:

- Search Bar:** Includes a search input field and buttons for 'asunto' (apartment), 'välise' (intermediate), 'myyjä' (seller), and 'vuokrattava' (rentable).
- ALUE:** A dropdown menu set to 'Suomenla'.
- TALOTYYPI:** Radio buttons for 'kerrostalo' (apartment building), 'paritalo' (semi-detached house), 'omakotitalo' (detached house), 'huhtitalo' (cottage), 'erillistalo' (detached house), and 'rivitalo' (row house).
- HUONEITA:** Radio buttons for '1', '2', '3', '4', '5', '6', and '7+'.
- PINTA-ALA:** Input fields for 'm²' and 'm²'.
- HINTA:** Input fields for 'm²' and '000 €'.
- AVAINESANAT:** A text input field for keywords.
- ASUNNON KUNTO:** Radio buttons for 'hyvä' (good), 'tyydyttävä' (satisfactory), and 'välttävä' (avoid).
- RAKENNUSVUOSI:** Input fields for 'm²' and 'm²'.
- OMINAISUUDET:** Radio buttons for 'hissi' (elevator), 'oma sauna' (own sauna), 'heti vapaa' (immediately free), 'parveke' (balcony), and 'yhteinen sauna' (common sauna).
- OMISTUSMUOTO:** Radio buttons for 'omistusasunto' (ownership apartment), 'osakomistusasunto' (share ownership apartment), and 'asuminen oikeusasunto' (residential right apartment).
- KAUPPAMUOTO:** Radio buttons for 'huutokauppi' (auction), 'uudiskohteet' (new projects), and 'ei uudiskohteita' (no new projects).
- TONTIN KOKO:** Input fields for 'm²' and 'm²'.
- TONTIN OMISTUS:** Radio buttons for 'oma' (own) and 'vuokra' (rent).
- RANTA:** Radio buttons for 'oma' (own), 'ranta-alue' (beach area), 'oikeus vesialueisiin' (right to water areas), 'yhteisranta' (common beach), and 'ei rantaa' (no beach).
- ESITTELY:** A text input field for the description.
- MYJÄ:** Radio buttons for 'yksityinen' (private), 'välttävä' (avoid), and 'rakennusliike' (construction company).
- JULKASUNNITELMA:** A text input field for the floor plan.
- POIHTI KALLIAT KOHTEET:** A button to filter out expensive properties.

On the right side, there is a section titled 'Aiemmat hait' (Previous hits) and 'Vimeisimpiä kohteita' (Latest projects), each showing a list of properties with their price, size, and location.

Kuvio 11. Jokakoti.fi -sivuston laajennettu haku

Kaiken kaikkiaan Jokakoti.fi -sivuston hakupalvelusta löytyy myös asuntosijoittajia palvelevia toimintoja. Lisäksi sivuston ulkoasu on visuaalisesti miellyttävä.

2.3 Kiinteistönvälitysyriyten hakupalvelut Suomessa

Etuoven, Jokakodin ja Oikotien lisäksi kiinteistönvälitysyriyksiltä löytyvät hakupalvelut heidän omilta Internet-sivuiltaan. Näillä sivuilla ilmoitetaan keskitetysti välitysyriyksen omat kohteet. Muun muassa seuraavilla yriyksillä on Internet-sivut, joilla kohteet ovat myös ilmoitettu: Habita, Huoneistokeskus, OP-Kiinteistökeskus, Kiinteistömaailma, RE/MAX sekä SVK. Kiinteistönvälitysyriyksillä internet-sivut ovat osa yriyksen markkinointiviestintää, eikä yriytysten etusivuilta löydy muita mainoksia (ks. kuviot 13-27). Seuraavassa esitellään näiden yriytysten hakupalveluita.

Habita

Habitan etusivulla suurin osio sivusta on ”Habittaako?” -ruutu (ks. kuvio 13). Epäselvää on ensivilkaisulla viittaako tämä asunnon myymiseen vai ostamiseen.



Kuvio 12. Habitan etusivu

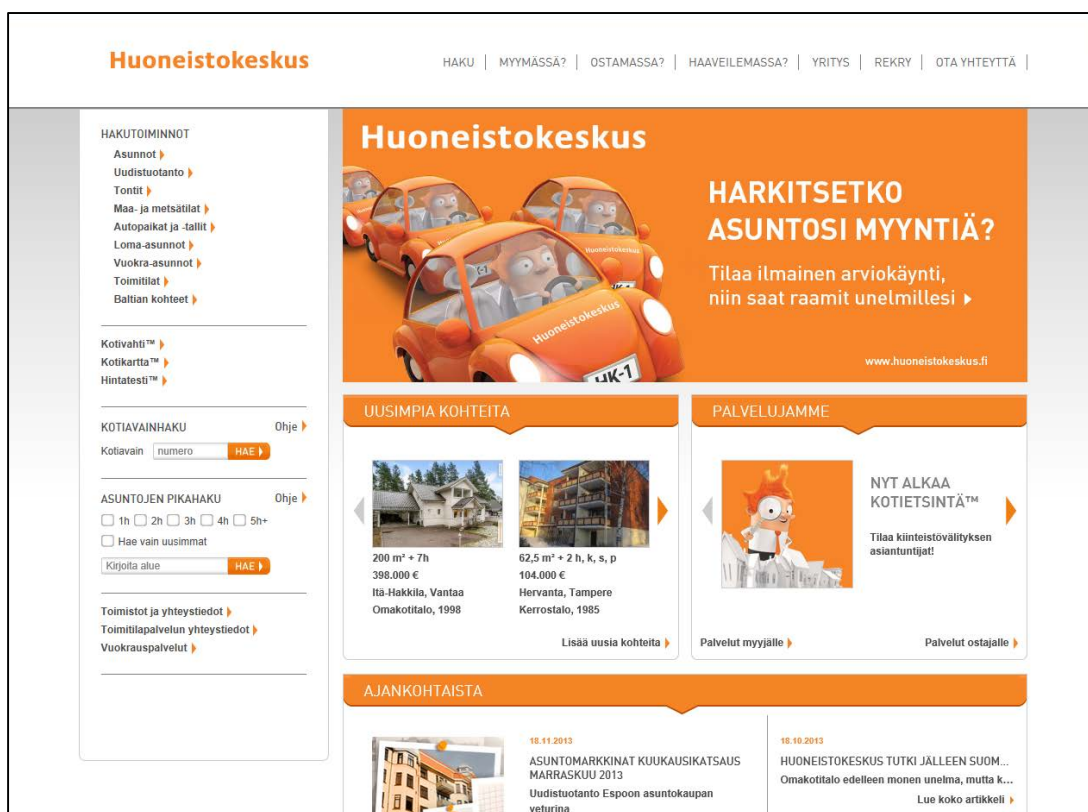
Kun käyttäjä tarkastelee ruutua tarkemmin, sivulta löytyy ”Osta asunto” -kohta, jota klikkaamalla avautuu hakusivu (ks. kuvio 14). Hakukriteerejä ovat sijainti, myyntihinta, huoneiden lukumäärä, asunnon koko, kohdetyyppi, sekä ominaisuudet. Asuntosijoittaja todennäköisesti syöttää hakuun sijainnin, huoneluvun ja asuntotyyppin sekä myyntihinnan. Muilla asuntosijoittajaa kiinnostavilla tiedoilla hakua ei voi rajata. Haun tulokset listautuvat sivulle sitä mukaa kun tarjontaa rajaa.

The screenshot displays the Habita website's search interface. At the top, there's a navigation bar with the Habita logo and a search bar. Below this, a horizontal menu lists various services: ASUNNOT, YRITYSPALVELUT, OTA YHTEYTTÄ, HABITA LKV JA TOIMIPISTEET, and YHTEISTYÖKUMPPANIT. Under 'ASUNNOT', there are sub-links: Olen ostamassa, Olen myymässä, Olen vuokraamassa, and Asunto ulkomailta. The main content area is titled 'Olen ostamassa asuntoa' and includes a message about finding a new home. Below this, there are radio buttons for different property types: Asunnot (selected), Vapaa-ajan asunnot, Ulkomaan asunnot, Autotallit / muut, and Tontit. The search filters are organized into four columns: Sijainti (Location), Huoneiden lukumäärä (Number of rooms), Kohdetyyppi (Property type), and Ominaisuudet (Features). Each column has specific input fields or checkboxes. At the bottom, there's a button to 'TALLENNNA HAKU ASUNTOVAHDIKSI' and a summary showing 'Hakuehdoilla löytyy 746 kohdetta'. On the right side, there are buttons for 'NÄYTÄ TULOKSET' and 'NÄYTÄ TULOKSET KARTALLA'. A vertical sidebar on the far right says 'ILMAINEN ARVIOINTI'. The footer contains copyright information and social media links.

Kuvio 13. Habitan hakusivu

Huoneistokeskus

Huoneistokeskuksen etusivulla suurin tila on oranssilla ”Harkitsetko asuntosi myyntiä?” -laatikolla (ks. kuvio 15). Vasemmalla ylhäällä on kuitenkin ”Hakutoiminnot” ja sen alla ensimmäisenä ”Asunnot”. Käyttäjän on siis helppo löytää hakusivulle.



Kuvio 14. Huoneistokeskuksen etusivu

Huoneistokeskuksen hakukriteerejä ovat asuntotyyppi, huoneluku, hinta, asunnon pinta-ala, tontin pinta-ala, rakennusvuosi ja hakualue. Hakualueen voi määritellä ka-tuosoitteella, kaupungilla, postinumerolla tai alueella. Käyttäjä voi myös valita puto-tusvalikosta maakunnan tai kunnan. Lisäksi kriteeriksi voi laittaa seuraavat asunnon ominaisuudet: hissi, parveke, sauna tai esittely (ks. kuvio 16). Sijoitusasunnon ostajal-le Huoneistokeskuksen haussa on enemmän mahdollisuuksia rajata kohteita kuin Habitalla, rakennusvuodella voi hyvin rajata pois ne kohteet, joissa putkiremontti on mahdollisesti tulossa pian. Muuten asuntosijoittajalle tärkeät ominaisuudet ovat sa-

mat kuin Habitalla. Huoneistokeskuksen haku on onneksi nopea, sillä hakutulokset eivät listaudu reaaliaikaisesti kuten Habitalla ja haun tulos voi olla nolla. Takaisin palatessa hakukriteerit onneksi säilyvät, jottei nolla tuloksen jälkeen kaikkia kriteerejä ei tarvitse laittaa uudestaan.

Huoneistokeskus HAKU | MYYMÄSSÄ? | OSTAMASSA? | HAAVEILEMASSA? | YRITYS | REKRY | OTA YHTEYTTÄ |

Etusivu > Hakulomake

HAKUTOIMINNOT

- Asunnot >
- Uudistuantanto >
- Tontit >
- Maa- ja metsätilat >
- Autopaikat ja -tallit >
- Loma-asunnot >
- Vuokra-asunnot >
- Toimitilat >
- Baltian kohteet >

Kotivahti™ >

Kotikartta™ >

Hintatesti™ >

KOTIAVAINHAKU Ohje >

Kotiavain numero **HAE >**

ASUNTOJEN PIKAHAKU Ohje >

☐ 1h ☐ 2h ☐ 3h ☐ 4h ☐ 5h+

☐ Hae vain uusimmat

Kirjoita alue **HAE >**

Toimistot ja yhteystiedot >

Toimitilapalvelun yhteystiedot >

Vuokrauspalvelut >

Hakulomake Asunnot alueittain Esittelyajat Siirry Kotikarttaan™ >

HAKULOMAKE

Asuntotyyppi: ☒ Kaikki ☐ Kerrostalo/Pienkerrostalo ☐ Rivitalo/Paritalo ☐ Omakotitalo/Erillistalo

Huoneluku: ☒ Kaikki ☐ 3h ☐ 1h ☐ 4h ☐ 2h ☐ 5h+

Hinta: - 000 €

Asunnon pinta-ala: - m²

Tontin pinta-ala: - m²

Rakennusvuosi: -

Vain asunnot, joissa on: ☐ hissi ☐ parveke ☐ sauna ☐ esittely

☐ Hae vain Unique-kohteet

☐ Hae vain OmaTarjous™-kohteet

Uudistuantanto: ☒ myös uudistuantanto ☐ vain uudistuantanto ☐ ei uudistuantanto

Hakualue: Kirjoita katuosoite tai sen osa

tai kaupunki tai alue tai postinumero

Voit kirjoittaa useamman hakehdon erottelemalla ne toisistaan pilkulla, tai valitse alue ao. listalta.

Maakunta Kunta

Kotijärvi Alueenmaa Alajärvi Alavieska Alavus Askola Kanta-Häme

Voit valita useamman alueen tai alueen tarkennuksen pitämällä Ctrl-painike alaspainettuna.

tai rajaa alue kartalta

Voit valita ensin maakunnan tai kunnan listalta.

Karttarajaus

☐ Muista hakehtoni tällä hakulomakkeella

HAE LISTALLE **HAE KOTIKARTALLE™**

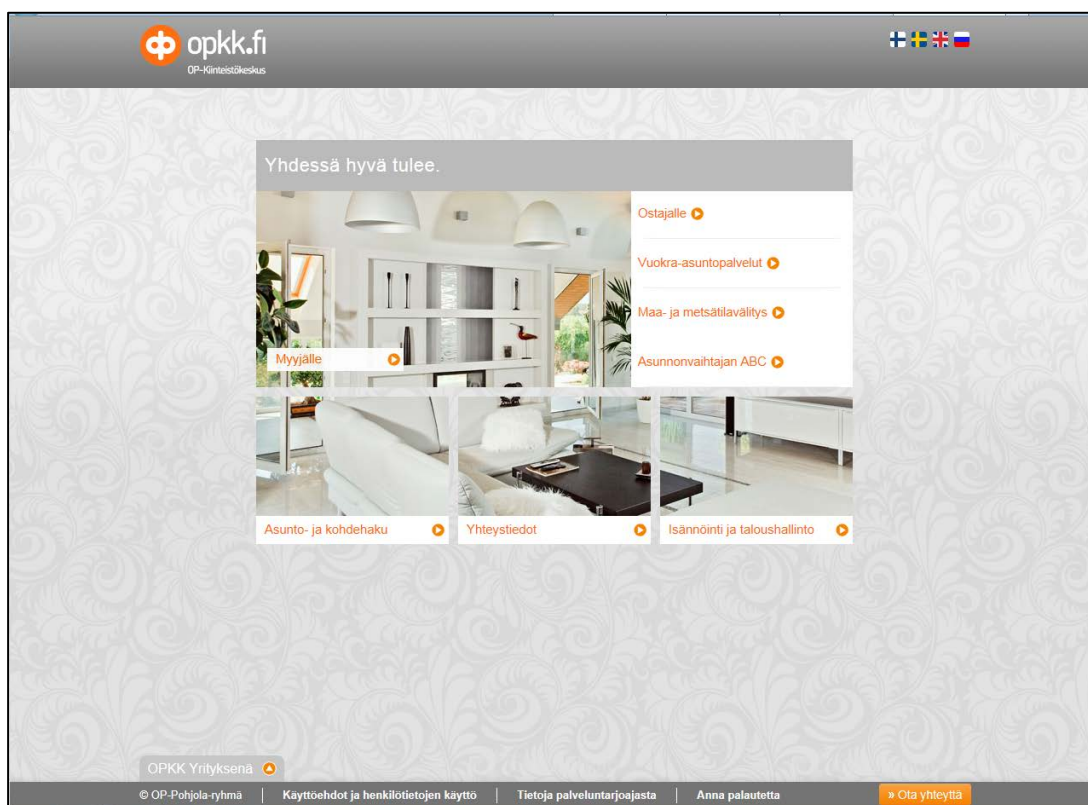
TYHJENNÄ

Vain asunnot, jotka on lisätty viimeisen vuorokauden aikana

Kuvio 15. Huoneistokeskuksen hakusivu

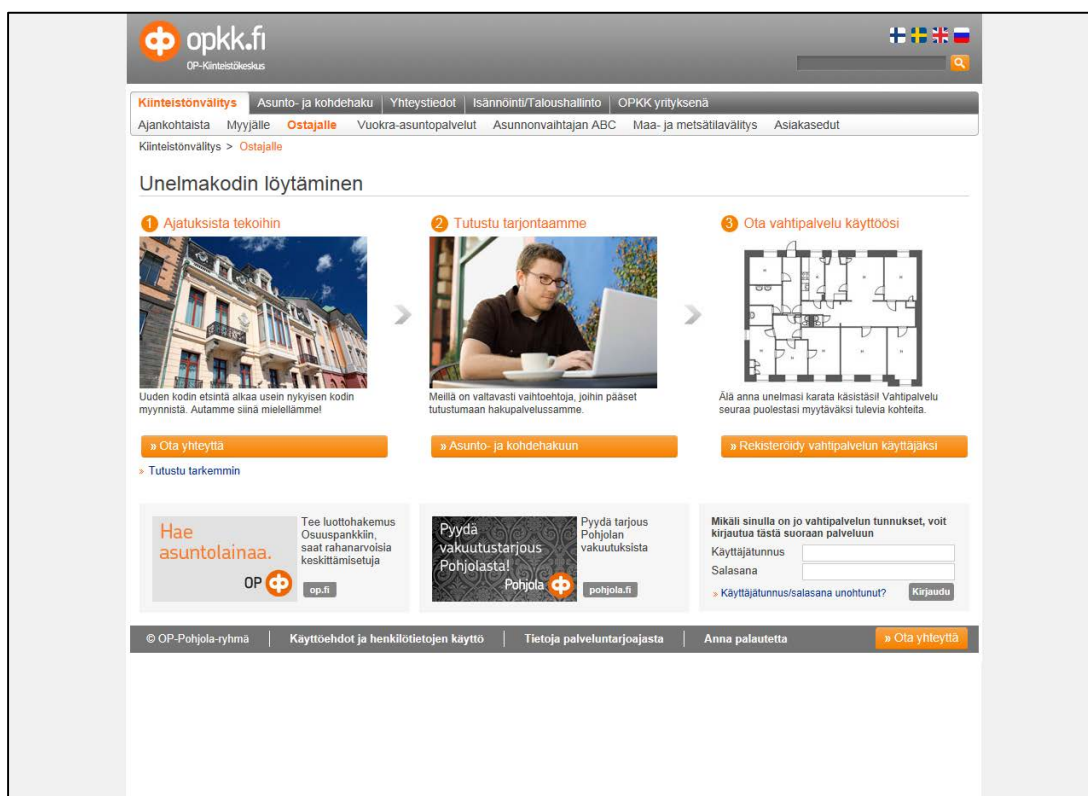
OP-Kiinteistökeskus

OP-Kiinteistökeskuksella etusivu on hyvin selkeä ja pelkistetty. Suurin tila sivulla on ”Myyjälle” -laatikolla. Vaaleasta taustasta erottuu kuitenkin helposti ”Ostajalle” -laatikko (ks. kuvio 17).



Kuvio 16. OP-Kiinteistökeskuksen etusivu

”Ostajalle” -laatikkoa klikkaamalla avautuu vielä välisivu, jossa kolme jatkovaihtoehtoa: nykyisen asunnon myyminen, uuden asunnon etsiminen sekä hakuvahti (ks. kuvio 18).



Kuvio 17. OP-Kiinteistökeskuksen välisivu

OP-Kiinteistökeskuksen kohdehaussa käyttäjä voi valita alueen joko kirjoittamalla eri kentiin alueen, postinumeron tai kadun tai rajaamalla alueen kartalta. Asuntotyytit ja auton säilytystapa ovat samassa kohdassa hakua. Kolmas kohta haussa on koko: käyttäjä voi valita asunnon pinta-alan, huoneiden lukumäärän sekä tontin pinta-alan. Hinta -kohdassa käyttäjä voi valita joko velattoman hinnan tai myyntihinnan (ks. kuvio 19). Asuntosijoittajaa ajatellen mahdollisuus rajata kohteita myös velattomalla hinnalla on mainio ominaisuus, koska pientä yhtiövastiketta tavoitellessaan voi soveltumattomat kohteet rajata pois (koska velaton hinta tarkoittaa automaattisesti pienempää vastiketta). Mahdollisuus määritellä asunnon sijainti piirtotyökalulla, palvelee sekin asuntosijoittajaa hyvin, tosin piirrettyjä alueita voi olla haussa mukana vain yksi kerrallaan.

Kuvio 18. OP-Kiinteistökeskuksen hakusivu

”Näytä lisää hakuetoja” -palkkia klikkaamalla käyttäjä voi valita omistumuodon asunnolle ja tontille, lisäominaisuuksia kuten hissi ja ranta, esittelyn lisäehtoja, asunnon käyttöönottovuoden, parvekkeen ja saunan asunnon ominaisuutena, asunnon kunnon, lämmitysmuodon sekä käyttöönottovuoden (ks. kuvio 20). Nämä haku ehdot palvelevat asuntosijoittajaa erinomaisesti, esimerkiksi vuokratontti lisää sijoituksen kustannuksia. Lisäksi lämmitysmuodon ja käyttöönottovuoden avulla asuntosijoittaja saa rajattua soveltumattomia kohteita pois hausta. Ylin kerros ja hissi lisäävät hintaa ja nämäkin asuntosijoittaja saa määritellä budjettinsa mukaiseksi.

[Näytä vähemmän hakuheitoja](#)

Omistusmuoto

Asunto
☐ Omistusasunto
☐ Osuomistusasunto
☐ Asumisoikeusasunto

Tontti
☐ Oma
☐ Vuokra

Asunnon ominaisuudet

☐ Oma sauna
☐ Asunnossa parveke

Asunnon kunto
☐ Uusi
☐ Hyvä
☐ Tyydyttävä
☐ Välttävä

Käyttöönottovuosi
☐ Ei alarajaa - ☐ Ei ylärajaa

Lämmitysmuoto
☐ Kaukolämpö
☐ Öljy
☐ Sähkö
☐ Puu
☐ Maalämpö
☐ Aurinko
☐ Muu
☐ Maakaasu
☐ Pelletti

Lisäominaisuudet

☐ Taloyhtiössä hissi
☐ Ylin kerros
☐ Alin kerros
☐ Ei uudiskohteita

Ranta
☐ Oma ranta
☐ Oikeus vesialueisiin
☐ Yhteisranta
☐ Rantaoikeus
☐ Laiturioikeus
☐ Venevalkamaoikeus
☐ Ei rantaa

Lisäehdot

☐ Esittely 3 vrk:n sisällä
☐ Esittely 7 vrk:n sisällä

Ilmoitettu

Hakuheitoja vastaavia kohteita löytyi 7462 Haun palauttamista kohteista näytetään ensimmäiset 1 000 kohdetta.

[Tallenna valdiksi](#)
[Hae kohteita](#)

© OP-Pohjola-ryhma | Käyttöehdot ja henkilötietojen käyttö | Tietoja palveluntarjoajasta | Anna palautetta | [Ota yhteyttä](#)

Kuvio 19. OP-Kiinteistökeskuksen lisää hakuheitoja

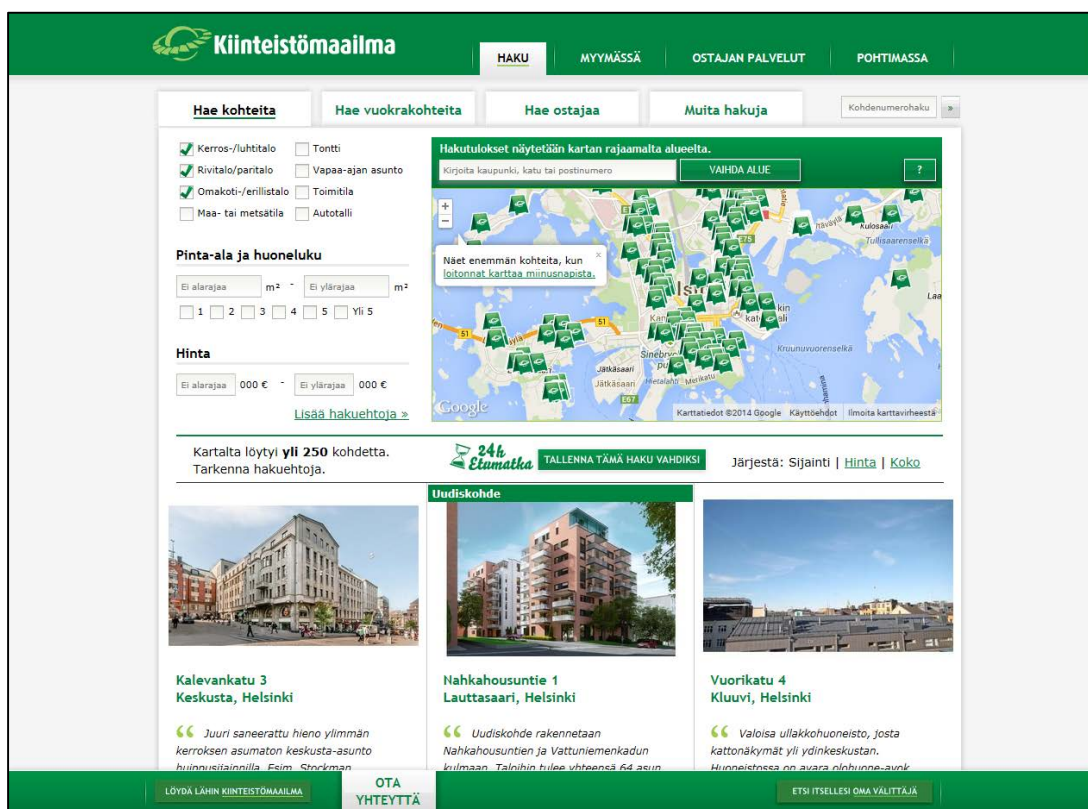
Kiinteistömaailma

Kiinteistömaailman etusivulla käyttäjän huomio kiinnittyy ensimmäisenä nelikenttään, jonka ylimmät laatikot viittaavat ostamiseen ja myymiseen (ks. kuvio 21).



Kuvio 20. Kiinteistömaailman etusivu

”Haku” -laatikkoa klikkaamalla avautuu hakusivu (ks. kuvio 22). Haussa asuntotyyppit ovat yhdistetty ja käyttäjä voi valita kerros- tai luhtitalon, rivitalon tai paritalon, omakoti- tai erillistalon tai maa- tai metsätilan. Seuraavaksi valitaan pinta-ala ja huonelu- ku ja viimeisenä hinta. Näistä rajausmahdollisuuksista käyttökelpoisia asuntosijoitta- jalle ovat asuntotyyppi, huonelu- ku ja hinta.



Kuvio 21. Kiinteistömaailman hakusivu


Myös Kiinteistömaailmalla voi valita lisää hakuvalintoja. Käyttäjä voi valita asunon kunnon tason, rakennusvuoden, ovatko haussa mukana uudiskohteet vai ei, sekä ominaisuuksista hissien, järvi- tai merinäköalan, oman rannan, parvekkeen tai oman saunan (ks. kuvio 23). Näistä asuntosijoittajaa palvelevat rakennusvuosi sekä asunon kunto.

Kunto	Rakennusvuosi	Ominaisuudet
<input type="checkbox"/> Uusi <input type="checkbox"/> Erittäin hyvä <input type="checkbox"/> Hyvä	<input type="checkbox"/> Tyydyttävä <input type="checkbox"/> Huono <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="checkbox"/> Vain uudiskohteet <input type="checkbox"/> Ei uudiskohteita	<input type="checkbox"/> Hissi <input type="checkbox"/> Järvi- tai merinäköala <input type="checkbox"/> Oma rantaa <input type="checkbox"/> Parveke <input type="checkbox"/> Oma sauna

Kartalta löytyi **yli 250** kohdetta.
Tarkenna hakeehtoja.

24h Etumätka TALLENNNA TÄMÄ HAKU VAHDIKSI Järjestä: Sijainti | [Hinta](#) | [Koko](#)

Uudiskohde



LÖYDÄ LÄHIN KIINTEISTÖMAAILMA OTA YHTEYTTÄ ETSI ITSELLESI OMA VÄLITTÄJÄ

Kuvio 22. Kiinteistömaailman lisää hakeehtoja

RE/MAX

RE/MAX:n etusivulla käyttäjän huomio kiinnittyy ensin yhtä suuriin ”Ostamassa” ja ”Myydessä” -laatikkoihin. (ks. kuvio 24)



Kuvio 23. RE/MAX:n etusivu

Klikkaamalla "Ostamassa" -laatikkoa aukeaa sivu jonka yläosassa on kolme eri vaihtoehtoa: Hakupalvelu, ostotoimeksiantosopimus ja 10 vinkkiä asunnonostajalle (ks. kuvio 25). Klikatessa hakupalvelua sivu siirtyy alemmas ja käyttäjä huomaa, että asuntohaku on samalla sivulla, mutta alempana.



 Ostamassa
  Myymässä
  Vuokraamassa
  RE/MAX
  RE/MAX ura
  Yhteystiedot

Suomeksi

Oletko ostamassa asuntoa?





- Syötä [hakupaiveluume](#) toivekoti si kriteerit, niin pääset selaamaan vaihtoehtoja.
- [Ostotoimeksiantosopimuksella](#) valjastat ammattilaisen etsimään sinun toiveasuntonsi.
- Lisäksi kannattaa käydä lukemassa [10 vinkkiä asunnonostajalle](#).

Katso myös [Muuttajan muistilista](#).

Asunnot

Asunnot ulkomaillla

Loma-asunnot

Tontit

Maa- ja metsätilat

Varastot ja autotallit

Toimitilat

Sijainti, postinnumero tai kohdenumero

Pinta-ala

 - m²

Huoneita

Ei merkitystä

Talotyyppi

Ei merkitystä

Valitse alueita

[Hae >>>](#)

Kohteet kartalla



Kuvio 24. RE/MAX:n hakusivu

Käyttäjä voi valita RE/MAX:n haussa sijainnin, postinumeron tai kohdenumeron, pinta-alan, huoneiden lukumäärän, talotyypin ja hinnan. Muita hakuominaisuuksia ei ole (ks. kuvio 25). Tässäkin tapauksessa asuntosijoittajan mahdollisuudet rajata tuloksia nimenomaan sijoitustarkoitukseen soveltuviin kohteisiin ovat vähäiset, sijainti kaupungin tai postinumeron perusteella, huoneiden lukumäärällä sekä hinnalla, mutta ei muuten.

SKV

SKV:n haku on identtinen Huoneistokeskuksen hakuun nähden: sivun oikealla puoli keskittyy sijainnin määrittelyyn ja vasen puoli muihin ominaisuuksiin (ks. kuviot 26 & 27).



Kuvio 25. SKV:n etusivu

Katso muita ajankohtaisia

© SKV Kiinteistöväilytys | Käyttöehdot | Sivukartta | Palaute | SKV Facebookissa

Myymässä

Osuvin hinta-arvio asunnostasi
Selvitä asuntosi hinta
Palvelut myyjälle
OmaTarjous™ -palvelu
Välityspalkkio

Ostamassa

Myytävät asunnot alueittain
Tulevat asuntoesittelyt
Palvelut ostajalle
Aseta SKV-Vahti
Ostotoimeksianto

Haku

- Myytävät asunnot
- Vuokra-asunnot
- Tontit
- Mökkit ja loma-asunnot
- Toimitilat

Yritys

[Toimistojen yhteystiedot](#)
[Henkilöhaku](#)
[Median yhteyshenkilöt](#)
[Ajankohtaista](#)
[Tule meille töihin](#)
[Ota yhteyttä](#)

Puheluhinnat 010-alkuisiin numeroihin lankapuhelimesta 0,0835 €/puh + 0,06 €/min ja matkapuhelimesta 0,0835 €/puh + 0,1717 €/min (alv. 24 %).

Internet-sivujen hakupalvelut ovat toiminnoiltaan rakennettu pääasiassa oman kodin ostajia ajatellen, koska haut on rakennettu niin, että käyttäjä syöttää niihin ominaisuuksia joita kotiinsa toivoo. Tämä palvelee oman kodin ostajaa, joka saa listata unelmansa (esimerkiksi kaikille lapsille omat makuuhuoneet, sauna ja parveke) ja lopuksi budjetin ja katsoa mitä asuntoja markkinoilla on. Sijoitusasunnon ostaja taas saa kyllä rajattua hakua, mutta ei niin tarkasti, koska hakuihin ei ole mahdollista syöttää häntä kiinnostavia asuntoon liittyviä ominaisuuksia (esimerkiksi palvelut lähellä tai tavoitettavissa julkisilla kulkuvälineillä, kylpyhuoneeseen mahtuu pyykkikone) siinä laajuudessa kuin oman kodin ostajan.

3 Käyttäjälähtöinen asunnonhakupalvelu

3.1 Käyttäjälähtöisyys

Tarve palveluiden ja tuotteiden käyttäjälähtöiselle suunnittelulle kasvaa nykypäivänä jatkuvasti. Kuluttajat vaativat yhä yksilöllisempiä palveluita ja tuotteita, jotta he sopivat juuri heidän käyttöönsä. Jotta palvelu tai tuote voidaan suunnitella vastaamaan täysin ihmisen tarpeita, tarvitaan suunnittelussa syvää ihmisen toiminnan ymmärtämistä. (Saariluoma, Kujala, Kuuva, Kymäläinen, Leikas, Liikkanen & Oulasvirta 2010, 29) Jotta asunnonhakupalvelusta voidaan suunnitella käyttäjälähtöinen, täytyy käyttäjiä ja heidän tarpeitaan tarkastella huolellisesti. Koska asuntosijoittajien ja oman kodin ostajien motiivit ja tavoitteet asuin kiinteistön ostamista kohtaan vaihtelevat suuresti, on näiden kahden ryhmän tarpeita vastaavan palvelun yhdistäminen mahdollisesti riskialtista. Jos palvelu rakennettaisiin tasapuolisesti vastaamaan molempien tarpeita, olisi vaarana, että se heikentäisi molempien ryhmien kokemaa käyttäjälähtöisyyttä. Oman kodin ostaja saattaisi kokea täysin turhana jonkun palvelun osan, joka taas asuntosijoittajalle on hyvin tärkeä, jotta se palvelee hänen toiveitaan.

Oman kodin ostajiin ja asuntosijoittajiin lukeutuu hyvin erilaisia käyttäjiä, jotka odottavat teknologialta eri asioita. Nuoret aikuiset arvostavat nopeutta ja lähempänä eläkeikää olevat sitä, että palvelua on helppo oppia käyttämään. (Saariluoma yms. 2010, 44-45) Jotta asunnonhakupalvelu olisi aidosti käyttäjälähtöinen, tulisi laajan käyttäjäjoukon kokea löytävänsä arvostamansa ominaisuudet palvelusta.

3.2 Palvelu

Palvelu voidaan määritellä seuraavalla tavalla: se on ainakin jossain määrin aineeton teko tai tekojen sarja, jossa asiakkaan ongelma ratkaistaan yleensä siten, että asiakas, palveluhenkilökunta ja/tai fyysisten resurssien tai tavaroiden ja/tai palveluiden tarjoajan järjestelmät ovat vuorovaikutuksessa keskenään. (Grönroos 2000, 52)

Palvelutapahtumassa tapahtuu siis aina vuorovaikutusta asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä, asiakkaan ja palveluntarjoajan resurssien tai tavaroiden välillä, tai asiakkaan ja palveluntarjoajan järjestelmien välillä. Tässä tapauksessa asiakas on vuoro-

vaikutuksessa palveluiden tarjoajan järjestelmän eli sähköisen hakupalvelun kanssa. Vuorovaikutuksen toinen osapuoli on aina asiakas ja Tuulaniemi (2011, 15) toteaaakin: ”Ihminen on keskeinen osa palvelua.” Tästä seuraa myös se, että palvelu on aina subjektiivinen kokemus. Siksi asunnonhakupalvelua on vaikea suunnitella täydelliseksi esimerkiksi kaikille asuntosijoittajille, koska ryhmän sisällä käyttäjillä on mm. erilainen määrä kokemusta sijoittamisesta. Oman kodin ostajissa taas on eri-ikäisiä käyttäjiä, nuorista eläkeläisiin, ja heidän käyttötottumuksensa vaihtelevat.

Palveluiden merkitys kasvaa koko ajan; vuonna 2012 julkisten ja yksityisten palveluiden yhteenlaskettu osuus oli 70 % (Elinkeinoelämän Keskusliitto 2013). Palvelun merkitys korostuu niillä markkinoilla, joilla on kova kilpailu ja tämän hetken alhaiset korot rohkaisevat ainakin sijoittajia matalariskisempään sijoitukseen, asunto-osakkeeseen.

3.3 Käytettävyyden osa-alueet

Tässä tutkimuksessa painotus on palvelun käyttäjälähtöisyydessä ja käytettävyyttä sivutaan vain hieman.

Käytettävyys

Käytettävyys voidaan määritellä menetelmä- ja teoriakentäksi, jonka kautta käyttäjän ja laitteen yhteistoiminta saadaan tehokkaammaksi ja miellyttävämmäksi käyttäjän kannalta (Sinkkonen, Kuoppala, Parkkinen & Vastamäki 2006, 17). ISO 9241 – 11 – standardissa käytettävyys yleisesti määritellään mittariksi, jolla mitataan tuotteen tehokkuutta, miellyttävyyttä sekä käyttökelpoisuutta sen omassa käyttöliittymässään. Käyttökelpoisuus tarkoittaa tarkalleen täydellistä, oikeaa ja virheetöntä lopputulosta. Tehokkuus mitataan resursseina, aikana ja rahana. Helppokäyttöisyys ja opitavuus, käytettävyyden tavallisimmat arkikielen synonyymit, sisältyvät tehokkuuteen: intuitiivinen tuote on ensikertalaisenkin käsissä tehokas. (Sinkkonen, Nuutila & Törmä 2009, 20) Palvelulla voidaan sanoa olevan hyvä käytettävyys, kun se sopii sekä

tehtävään, tilanteeseen, ympäristöön, käyttäjälle että ihmiselle (Sinkkonen ym. 2009, 21).

Asunnonhakupalvelulla on hyvä käytettävyys, kun se sopii tehtävään: se listaa oman kodin ostajalle toivotut kodit. Hakupalvelun filtterit ovat tarpeeksi tarkkoja ja kuvaavia, jotta käyttäjä osaa rajata tulokset oikein. Palvelun tulee soveltua oman asuntouelman etsimiseen. Asuntosijoittajalle hyvä käytettävyys tarkoittaa sitä, että palvelun avulla asuntosijoittaja saa rajattua tuloksia toivomallaan tavalla ja vastauksen sijoituksen kannalta kriittisiin kysymyksiin kattavasti. Asunnonhakupalvelun tulee sopia myös ihmiselle, ja tässä tapauksessa hyvin vaihtelevalle joukolle käyttäjiä.

Käyttökokemus ja käyttäjäkokemus

Käyttäjän tuntemuksia jostain hänen käyttämästään palvelusta kutsutaan käyttökemukseksi. Käyttökokemus koostuu mm. seuraavista asioista: sisällöstä, sen omaksettavuudesta ja merkittävydestä käyttäjälle, asioiden löydettävyydestä, visuaalisesta ilmeestä sekä terminologiasta. Käyttäjäkokemukseen vaikuttaa enemmän se, kuinka hyvin palvelu tukee käyttäjän työtä eli kuinka hyvin palvelun logiikka kohtaa käyttäjien työskentelytavat. (Sinkkonen ym. 2009, 23)

Käyttökokemusta asunnonhakupalvelusta voidaan arvioida esimerkiksi seuraavilla kysymyksillä: Kuinka hyvin käyttäjä löysi toiveitaan vastaavan asunnon? Olivatko kaikki käyttäjän tarvitsemat tiedot kohteesta saatavilla? Olivatko asiat näytöllä sijoiteltu miellyttävällä tavalla? Olivatko sivuston termit sellaisia, jotka kuluttaja ymmärsi? Myönteiset vastaukset kysymyksiin luovat myönteistä käyttäjäkokemusta käyttäjälle, oli kyseessä sitten asuntosijoittaja tai oman kodin ostaja.

Käyttäjäkokemus oman kodin ostajalle tarkoittaa sitä, kuinka hyvin palvelu tukee ostajan valintatyötä ja kuinka palvelun logiikka vastaa ostajan toimintatapoja, eli kuinka se kohtaa ostajan valintatyötä. Asuntosijoittajan, jonka voidaan ajatella käyttävän palvelua paljon ammatillisemmassa merkityksessä, hyvä käyttäjäkokemus tarkoittaa että asunnonhakupalvelu on osa sijoittajan sijoitustoimintaa aktiivisesti ja että uusia kohteita haetaan palvelusta aktiivisesti.

4 Tutkimusprosessi

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisella eli laadullisella otteella. Tutkimukseen kuului sekä puolistrukturoitu haastattelu että tehtävä, jonka haastateltavat suorittavat tutkittavalla sivustolla. Haastateltavia oli yhteensä yhdeksän.

Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 35) mukaan haastattelu kannattaa valita silloin, kun halutaan nähdä ihminen subjektina ja kun haastateltavalle halutaan antaa mahdollisuus tuoda esiin omia mielipiteitä mahdollisimman vapaasti. Lisäksi tiedettiin ennalta, että tutkimus tuottaa moniin suuntiin viittaavia vastauksia ja tutkimus tehdään vähän kartoitetusta alueesta. Nämäkin seikat puoltavat haastattelun valintaa. (Mts. 35.) Teemahaastattelu ei soveltunut siitä syystä, että kaikki haastateltavat eivät olleet käyttäneet kyseistä sivustoa ja näin kokeneet tiettyä tilannetta. Myöskään tutkijalla ei ollut tarkkaa tietoa tutkittavan ilmiön rakenteista ja prosesseista. (Mts. 47.)

Puolistrukturoidulle haastattelulle on ominaista se, että jokin näkökohta on lyöty lukkoon, mutta ei kaikkea (mts. 47). Tässä tutkimuksessa ennalta oli päätetty mistä sivuston kohdista ja hakuprosessin osista kysymykset esitettäisiin, mutta kysymysten sisältö oli vapaa.

Haastateltavien joukossa oli sekä tuttavien että haastattelijalle tuntemattomia henkilöitä. Haastattelut nauhoitettiin älypuhelimella, mutta tuntemattoman teknisen vian vuoksi neljä haastattelua hävisi, eikä niitä siitä syystä voitu käyttää litterointiin ja opinnäytetyön aineistoksi. Tutkimuseettisistä syistä vain niitä haastatteluista ja litterointeja käytetään, joihin pystytään viittaamaan suoraan. Siksi ulkomuistiin painuneet kehityskohteet haastatteluista, joiden nauhoitus tuhoutui, jäivät pois. Analyysimenetelmänä käytettiin sanatarkkaa litterointia.

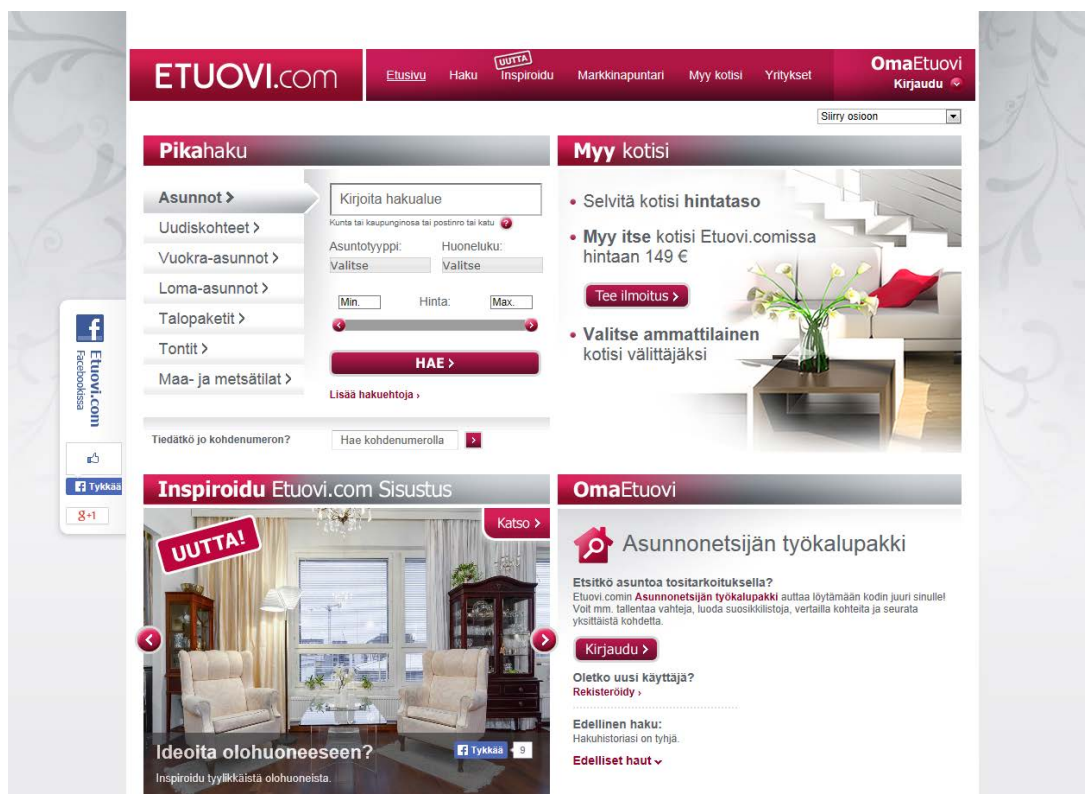
4.2 Testitehtävä ja haastattelut

Käyttäjättestaus ja haastattelut toteutettiin loppuvuodesta 2013. Käyttäjätestauksessa käytettiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun pöytätietokoneita sekä testihenkilöiden omia tietokoneita. Testaus alkoi sillä, että tutkija esitteli itsensä ja projektinsa

sekä esitteli miten käyttäjätestaus ja haastattelu etenevät. Testihenkilöt suorittivat ensin tehtävän, jonka tutkija esitteli heille (ks. liite 1), ja sen jälkeen käyttäjiä vielä haastateltiin kyselyrunkoa mukaillen (ks. liite 2). Testihenkilöitä kehoitettiin puhumaan ääneen ja mainitsemaan heti, jos joku ominaisuus testattavalla sivustolla tuntui kankealta tai jos jokin ominaisuus oli käyttäjän mielestä mainio. Testihenkilöille kerrottiin, että haastattelut nauhoitetaan, mutta niitä käsitellään täysin anonymisti siitä eteenpäin ja että haastattelut eivät päädy kenellekään muulle. Testihenkilöille kerrottiin myös, että haastattelut litteroidaan ja litteroinneille luodaan ID-numero, jolloin nimitietoja ei käytetä.

Ennen kuin testihenkilöt aloittivat tehtävän, heiltä kysyttiin minkälaista kohdetta he ovat etsimässä. Nämä tiedot kirjattiin myöhempää arviointia varten; kuinka hyvin testihenkilön toiveet asunnon ominaisuuksista ja kohde johon he loppujen lopuksi päätyivät, kohtasivat.

Ensimmäisenä testihenkilöitä pyydettiin arvioimaan Etuoven etusivua, sen yleisilmettä, värimaailmaa ja asettelua (ks. kuvio 28).



Kuvio 27. Etuovi.com -sivuston etusivu

Testihenkilöt arvioivat etusivun selkeäksi ja värimaailmaltaan moderniksi.

Minusta tämän on sellainen rauhallisen tyylikäs ulkonäöltään.

Selkee on..

Ei tästä tuu semmonen vanhahtava mieleen. Näyttää silleen nykyaikaiselta ja silleen harmooniselta. Ihan jees, tyylikäs.

Kahden testikäyttäjän mielestä suuret otsikot loivat kuitenkin sekavuutta.

Aika paljon niinku tälläsiä suuria otsikoita sillälailailla, että se luo jonkin verran ehkä jopa sekavuutta.

Tuo tarkennettu haku vaikuttaa mainokselta.

No jotenkii, nää on nii.. mä erottelin niinku nää toisistaa. Nää on niin niinkun samas kasas, pitäis olla ehkä niinkun – jaoteltu tai pidemmät välit tai jotai.

Seuraavaksi testihenkilöt arvioivat hakutoimintoa (ks. kuvio 29 & 30). Käyttäjiltä tiedusteltiin mielipidettä rajaavista ominaisuuksista, niiden määrästä ja siitä, että olisivatko he toivoneet niitä lisää.

The screenshot shows the Etuovi.com search interface. At the top, there's a navigation bar with 'Avoimet' (Open) and 'monster' logos, followed by links to 'Myyntipäälikkö', 'Tuotespesialisti', 'Aluehenkilöstöpäälikkö', 'Tuotespesialisti', and 'El-asiantuntija - Imatra'. Below this is a red navigation bar with 'ETUOVI.com', 'Etusivu', 'Haku', 'UUTTA Inspiroidu', 'Markkinapuntari', 'Myy kotisi', 'Yritykset', and 'OmaEtuovi Kirjautu'. The main search area includes a 'Sijainti' (Location) section with a search bar and filters for 'Valitse hakutapa:' (Choose search method), 'Kirjoita alue' (Write area), 'Valitse alue valikosta' (Choose area from menu), and 'Rajaa alue kartalta' (Limit area from map). There's also a 'Parvekelasit' (Balcony glass) button. The 'Hinta' (Price) section has a 'Velaton hinta' (Interest-free price) and 'Neliöhinta' (Price per square meter) filters. The 'Ominaisuudet' (Features) section includes 'Asuntotyyppi' (Property type) with checkboxes for 'kerrostalo-osake', 'omakotitalo', 'rivitalo', 'paritalo', 'erillistalo', 'puutalo-osake', and 'luhtitalo'. It also has 'Omistusmuoto' (Ownership type) with checkboxes for 'omistusasunto', 'osaomistusasunto', and 'asumisoikeusasunto'. The 'Asunnon kunto' (Condition of the apartment) section has checkboxes for 'hyvä' (good) and 'tyydyttävä' (satisfactory). The 'Rakennusvuosi' (Year of construction) section has a range selector from 1998 to 2005. At the bottom, there's a search results summary: 'Hakuehdoilla löytyy 45708 asuntoa' (Found 45708 apartments with search criteria), a 'Järjestä lista' (Sort list) dropdown, and a 'HAE' (Search) button. There are also social media links for Facebook and Twitter on the left side.

Kuvio 28. Etuovi.com -sivuston hakusivu - yläosa

The screenshot shows the Etuovi.com search interface. At the top, there are two main sections: 'Koko m²' (Total area) and 'Lisäominaisuudet' (Additional features). The 'Koko m²' section includes filters for 'Asuinpinta-ala' (Living area) and 'Huoneiden lukumäärä' (Number of rooms). The 'Lisäominaisuudet' section includes filters for 'Sauna', 'Lämmitysmuoto' (Heating type), 'Uudiskohteet' (New properties), 'Myyjä' (Seller), and 'Ilmoitettu' (Listed). Below these filters, there is a search bar with the text 'Hakuehdoilla löytyy 45708 asuntoa' (Found 45708 properties with search criteria). At the bottom, there is a table with four columns: 'Tietoa Etuovi.comista', 'Mediamyynnin', 'Asumisen mobiilikalaisut', and 'Seuraa meitä'. The table contains links to various services and social media accounts.

Kuvio 29. Etuovi.com -sivuston hakusivu - alaosa

Kaikki testikäyttäjät löysivät valitsemansa kohteen tarkennetulla haullla. Pikahaku koettiin liian epätarkaksi.

Tuotaa.. Ensin menin pikahaullla mutta sitten siitä tuli liikaa kohteita niin sitten otin suoraan sen jälkeen sen tarkennetun haun.

Mutta tässä on tää pikahaku niin tästä joutuu käytännössä melkeen aina tekemään ton tarkennetun haun.

Mä en oikeestaan ees ikinä mee ton etusivun kautta, mä meen suoraan sinne hakuun googlen kautta sinne hakusivulle.

Tarkennettu haku oli testikäyttäjien mielestä melko kattava. Eräs sijoitusasuntoa etsivä testikäyttäjä mainitsi puutteeksi neliöhinnan, jonka sai kyllä määritellä hakuun, mutta joka ei tullut ilmi kohteen tiedoissa. Muita toiveita olivat mm. auton säilytys, kerrosten määrä, makuuhuoneiden sijainti kerroksissa sekä lämmitysjärjestelmä.

Et semmonen vois olla näppärä hakukriteeri et on makuuhuoneet eri kerroksissa jos on niinkun..

Autollisena ihmisenä huomaa sen että täällä ei ole ollenkaan että auto-paikka. Kyllähän täällä muuten aika kattavasti on.

Et kyllähän sen sitten pystyy laskee ite, mut se on aika työlästä. Ei se hinta välttämättä suoraan vaan neliöhinnat pystyy tarkemmin miettii onks se kallis vai ei, kun pelkästään tolla niinku myyntihinnalla.

Seuraavaksi testihenkilöitä pyydettiin arvioimaan sivua, johon hakutulokset listautuvat, sekä tietoja, jotka kohteesta annetaan listaussivulla (ks. kuvio 31).

The screenshot shows the Etuovi.com website interface. At the top, there's a banner for 'Ylitä itsesi. Innostavassa seurassa. Maisterihaku 31.1. asti.' Below this is the Etuovi.com logo and navigation links. The main content area displays search results for 'Hauulla löytyi 123 asuntoa.' in Jyväskylä. A table lists four apartment listings:

Ilmoitettu	Asuntotyyppi	Vuosi	m ²	Hinta €	Sijainti	Esittely	Yritys
	Kerrostalo 2h+k+parveike	1982	49,5	68 000	Jyväskylä Kangaslampi Muurinkuja 2 A 40340 JYVÄSKYLÄ		Asunto Aptejee Oy LKV
	Kerrostalo 2H+KT+S (Asumisoikeus)	2002	50,5	24 106,86	Jyväskylä Huhtasuo Kangasvuorentie 26 40340 JYVÄSKYLÄ		Avain ASUMISOIKEUS
	Kerrostalo 2h+k+s+kph...	1994	43,0	97 000	Jyväskylä Kuokkala Paistatie 6 40520 Jyväskylä	La 01.02. 12:00 - 12:30	OC
	Kerrostalo 2h+k+kph	1973	58,5	63 500	Jyväskylä Jyväskylä Kangaslampi Laukuttajantie 8 40340 JYVÄSKYLÄ		LKV JYVÄSTORI

On the right side of the page, there are advertisements for TJÄREBORG and a Paris-themed ad. The bottom of the page shows a sidebar with social media links and a 'Tykkää' button.

Kuvio 30. Esimerkkihaun tulokset listattuna Etuovi.com -sivustolla

Testikäyttäjät pitivät listaussivua selkeänä ja ilmoitettuja tietoja kattavina. Esittely oli yhden testikäyttäjän mielestä turha, koska esittelyajankohtaa ei välttämättä ollut kaikissa kohteissa.

Mun mielest tää on ihan, tää on ihan niinku kat.. riittävä.

No musta toi esittely on ehkä vähän turha palkki ku niitä on tosi tosi harvassa. Niinku tässä on nyt 30 näkyy mulla ja niitä on kolmessa, näkyy et olis esittely.

Testikäyttäjät arvioivat seuraavaksi kohteen esittelysivua (ks. kuvio 32 & 33).

The screenshot shows the Etuovi.com website interface. The main header includes the site logo and navigation links like 'Etusivu', 'Haku', 'UUTTA Inspiroidu', 'Markkinapuntari', 'Myy kotisi', and 'Yritykset'. A user profile 'OmaEtuovi Kirjaudu' is in the top right. The breadcrumb trail indicates the location: 'Jyväskylä > Kangaslampi > Kohdenumero 7557290'. The property details section shows '2h+k+parveke, 49,5 m², 68 000 €' and 'Kerrostalo, Jyväskylä, Kangaslampi, Muurinkuja 2 A'. A large photo of the apartment building is displayed. To the right of the photo is a contact form for 'Asunto Atelee Oy LKV' with fields for name, email, phone, and a 'Lähetä' button. Below the photo is a gallery section with 'Kuvagalleria (6 kpl)' and 'Avaa kuvat uuteen ikkunaan (6 kpl)'. A sidebar on the right contains a 'Lainalaskuri' (mortgage calculator) with fields for price, term, and interest rate, and a 'Nordea' logo. At the bottom, there is a 'Sijainti kartalla' (Location on map) section showing the property's location in Kangaslampi.

Kuvio 31. Esimerkkikohteen tiedot Etuovi.com -sivustolla, yläosa

Sijainti:	Jyväskylä Kangaslamppi Muurainkuja 2 A, 40340 JYVÄSKYLÄ
Tyyppi:	Kerrostalo
Omistusmuoto:	Omisustasunto
Velaton hinta:	68 000 €
Myyntihinta:	26 747,88 €
Velkaosuus:	41 252,12 €
Vapautumisen lisätiedot:	Vuokrattu
Rakennusvuosi:	1982
Kuvaus:	2h + k + parveke
Tilat ja varustus:	Parveke, hissi
Koko:	Kaksio
Huoneiden määrä:	2
Pinta-ala:	49,5 m²
Kokonaispinta-ala:	49,5 m²
Yleiskunto:	Tyydyttävä
Lisätietoa kunnosta:	Tyydyttävä
Kerros:	1 / 5

Kustannukset

Yhtiövastike:	462,33 € / kk (Hoitovastike: 143,55 € / kk + Rahoitusvastike: 318,78 € / kk)
Vesimaksu:	21,00 € / hlö / kk

Tontti ja kaavoitus

Tontin pinta-ala:	8840,0 m²
Tontin omistus:	Oma
Lisätietoja kaavoluoksesta:	Jyväskylän kaupunki

Kohteen kuvaus

Autopaikat:	61
-------------	----

Materiaalit, varusteet ja lämmitys

Rakennusmateriaalit:	Betoni
Pintamateriaalit:	Lattiat muovimattoa ja seinät maalattu
Kattotyyppi:	Auma/huopa
Lämmitysjärjestelmä:	Kaukolämpö

Taloyhtiö

Taloyhtiön nimi:	Asunto Oy Jyväskylän Kangaspäästäkko
Tehdyt remontit:	Peruskorjaus on tehty vuonna 1999
Tulevat remontit:	Normaaleja vuositilaisia kunnossapito ja korjauksia
Muuta:	Uudet osakekirjat 01.03.2012

Keittiö

Kuvaus:	Liesi, -tuuletin, jääkaappipakastinlokero, kaapistot
---------	--

Pesutilat

Kuvaus:	Suihku, peili, pesukoneliitäntä, lattiat ja seinät laatoitettu
---------	--

Palvelut ja liikenneyhteydet

Lisätietoja palveluista:	Lähellä. Koulut lähellä
--------------------------	-------------------------

Fonetica Kartat
Suomen Tietopankki.com

Katso lähialueen palvelut ▼
Hae reitti kohteeseen ▼

- Suosikiksi
- Jaa Facebookissa
- Lähetä sähköpostilla
- Tulosta PDF
- Tilaa sisustussuunnitelma

Markkinapuntari

Jyväskylä ,

Neliöhinnat:	1947,91 €/m²
Markkinointiajat:	103 päivää
12 kk Euribor:	0,577 %

Katso asuntojen hinnat lämpökartalla ,
Katso koko raportti !

Asuntomarkkinakatsauksesta saat ajankohtaisimman tiedon oman alueesi asuntomarkkinasta.

Tilaa Asuntomarkkinakatsaus ,

Selvittä asuntosi kysyntä ja ota yhteyttä alueellesi toimiviin kiinteistönvälittäjiin.

Tutustu Oletko myymässä -palveluun ,

Kuvio 32. Esimerkkikohteen tiedot Etuovi.com -sivustolla, alaosa

Kohteen esittelysivu koettiin selkeäksi, mutta pitkäksi ja kapeaksi, ja sivua joutui selaamaan ylös ja alas. Kaikilla omaa kotia etsivillä huomio kiinnittyi ensimmäisenä kohteen kuviin. Kysyttäessä mielipidettä automaattisesti vaihtuvista kuvista mielipiteet vaihtelivat, sillä kuvien vaihtumisvauhti oli osalle sopiva ja osalle liian nopea. Kysyttäessä kuvien merkityksestä kohteen houkuttelevuudelle kaikki omaa asuntoa etsivät testikäyttäjät kertoivat sen olevan hyvin tärkeää. Eräs testikäyttäjä kertoi, että tarkempi kiinnostus kohteesta vaatii aina kuvia, kuvattomasta ilmoituksesta hän ei edes kiinnostu. Pohjapiirustus koettiin tärkeäksi, mutta kuvat lähes yhtä tärkeiksi, varsinkin keittiöstä ja kylpyhuoneesta.

Tää on silleen pitkä.. Tai siis että pitää selata niinku alas asti että näkee kaiken.

On. No siis joo pitää olla niinku sisäpinnoista kuvia.

Että ne kuvathan luo silleen sitä ensivaikutelmaa, että kattoo sitä..

Sijoitusasuntoa etsivät siirtyivät kuitenkin pian kohteen tietoihin. Kuvista pohjapiirustus oli ehdoton sijoitusasunnon ostajalle:

Tai että samoihin neliöihin voi mahduttaa kaikenlaista.

Yhden käyttäjän mielestä kuvan alla olevan esittelytekstin tulisi olla kattavampi ja kertoa tarkasti kohteen erityispiirteistä. Sijoitusasuntoa etsivä testikäyttäjä koki puutteeksi kohteesta ilmoitettujen tietojen suuren vaihtelun.

Ja sekin nyt yleensä näis tiedoissa -- että pitäis sit mun mielestä olla vaikka kaikista saman verran, että ei niin että osasta on vaan yks kuva. Ja sit osasta on viistoista kuvaa ja vaikka kuinkapaljon eri tietoo.

Sit joissain on tosi vähän ja siellä vaan lukee katso lisää myyjän esitteistä tai jostain. Jotenki semmoset skippaa heti pois.

Sijoitusasunnon ostajat mainitsivat puutteeksi sen, jos kaikkia tietoja ja kuvia ei ollut saatavilla esittelysivulla.

Nii, et jos tän pitäis olla sivu, jossa sä mainostat sitä ja sit pitäis jostain muualta kattoo. Saa olla kyllä tosi houkuttelevasti tehty se, et jaksais mennä vielä.

No nyt tässä oli vaan kaks kuvaa ja toinen oli että.. oli pohjapiirros ja oli että mistä löytäsin lisää. Että skv:n omille sivuille. En sitten siitä lähtenyt enää perkailemaan.

Viimeisenä testihenkilöt arvioivat yhteydenottomahdollisuuksia, jotka valitulla kohteella oli (ks. kuvio 34). Neljä viidestä testihenkilöstä (joiden haastattelut saatiin litte-roitteroitua) ottaisi yhteyttä soittamalla. Viides testikäyttäjä soittaisi, jos hänellä olisi kiire.

Todennäköisesti soittaisin. Etenis ainakin sillen saman tien asia johonkin suuntaan.

Joo soittasin. En välttämättä käyttäis tuota boxia.

Ota yhteyttä

Suomen LKV

Tolonen Veli-Pekka
asuntoneuvottelija
044 9288652

Suomen LKV/ Avoner Oy
Puh. 044 972 0266
Olavintie 1, 40270 Palokka

Yhteydenotto

☐ Haluan, että minuun otetaan yhteyttä
☐ Haluan lisätietoja kohteesta
☐ Varaan yksityisen esittelyajan
☐ Tilaan kohteen myyntiesitteen
☐ Haluan arvion kodistani

Viesti

Kirjoita tähän viestisi tai kysymyksesi myyjälle.

Nimi:

Sähköposti:

Puhelin:

☐ Lähetä kopio sähköpostiini

Lähetä >

Sähköposti tai puhelinnumero on annettava.

Kuvio 33. Yhteydenottolaatikko Etuovi.com -sivustolla

Testikäyttäjät mainitsivat palvelun puutteeksi sen, että kuvia, eikä tietoja ollut kaikista kohteista yhtä laajasti. Oman kodin ostajalle huonot kuvat tai kuvattomat ilmoitukset laskivat mielenkiintoa suuresti. Lisäksi sijoitusasunnon ostaja käytti sivuston vertailu-toimintoa ja koki sen toiminnassa suuria puutteita: vertailuun ei päässyt minkään yksittäisen linkin takaa, vertailuun ei saanut kerrallaan kuin neljä kohdetta, eikä tästä mainittu missään. Muuten vertailu-toiminto oli hyvä, vertaillen eri kohteiden samoja tietoja.

Lisäksi haastatteluissa nousi esiin se, että käyttäjät toivoivat kaiken oleellisen tiedon löytyvän ilmoituksesta; kehoitus katsoa lisätietoja välittäjän sivuilta herätti turhautuneisuutta.

Käyttäjien tehtävään käyttämä aika vaihteli 15 minuutista 45 minuuttiin. Jotkut käyttäjät olivat käyttäneet sivustoa selkeästi usein, koska tehtävän suorittaminen sujui helposti eikä käyttäjä tehnyt virheitä. Käyttäjät, jotka käyttivät palvelua ensimmäistä kertaa toimivat täysin olettamuksen ja todennäköisesti sen perusteella, mitä kokemuksia heillä on vastaavanlaisista palveluista.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että asuntosijoittajat ja oman kodin ostajat arvostavat eri jossain määrin eri ominaisuuksia asunnonhakupalvelussa (ks. taulukko 2). Esimerkiksi pohjapiirustus, tiedot kohteesta ja kuvat ovat tärkeitä molemmille ryhmille, mutta erisyyttä ja niiden sisältö ja tärkeys ovat vaihtelevat. Esimerkiksi asuntosijoittajaa ei välttämättä haittaa, jos keittiöstä ei ole kuvaa, jos kohteen ja taloyhtiön tiedot ovat tarkasti saatavilla ja taloyhtiön ja kohteen remonttistoria on tarkasti kerrottu. Samalla lailla oman kodin ostajaa ei välttämättä kiinnosta kerrostalo-osakkeen taloyhtiön remonttistoria, kunhan tärkeimmistä kohteen huoneista on selkeät ja havainnollistavat kuvat ja asunto sopii sen hetkiseen tarpeeseen.

Taulukko 2. Käyttäjäryhmien mielipiteiden eroavaisuudet palvelun muuttamista toiminnoista

	Sijoitusasunto	Oma koti
Pohjapiirustus	Ehdoton	Hyvä olla
Kohteen tiedot	Taloyhtiö, tehdyt ja tulevat remontit taloyhtiössä, yhtiövastike	Tehdyt remontit kohteessa
Kuvat	Hyvä olla	Erittäin tärkeitä

4.3 Luotettavuus laadullisessa tutkimuksessa

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiperusteina voidaan pitää aineiston riittävyyttä, analyysin kattavuutta, sekä analyysin arvioitavuutta ja toistettavuutta.

Aineiston riittävyydellä tarkoitetaan saturaatiota, eli kylläntymistä; missä vaiheessa tulokset alkavat toistaa itseään, eikä uusia havaintoja esiinny. (Kananen 2008, 37)

Oman kodin ostajia haastatellessa joidenkin kysymysten kohdalla kylläntyminen tapahtui varhaisemmassa vaiheessa, esimerkiksi Etuovi.com -sivuston etusivun asetelua ja värimaailmaa arvioidessa; tutkittava joukko on todennäköisesti selaillut vuosien aikana tuhansia Internet-sivuja ja harjaantunut lukemaan ja arvioimaan niiden ominaisuuksia ja melko monet sivut täyttävät kriteerin ”selkeä”.

Analyysin kattavuus laadullisessa tutkimuksessa tarkoittaa sitä, ettei tulkintoja perusteta satunnaisiin aineiston osiin. Liian jyrkkiä johtopäätöksiä ei tule vetää vain yhden tutkittavan mielipiteiden pohjalta. (Kananen 2008, 125) Tässäkin tutkimuksessa vain yhdellä tutkittavalla saattoi olla tietty mielipide jostain sivuston toiminnosta, eikä samaa mielipidettä esiintynyt muulla tutkimusjoukolla.

Analyysin arvioitavuudella tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen materiaali, sen eri vaiheet ja tulkinnot dokumentoidaan niin, että ratkaisuja ja päätelmiä voidaan tarkastella ulkopuolisen arvioijan puolesta. Tämä on kaiken tutkimuksen perusedellytys. (Kananen 2008, 125)

Tässä tutkimuksessa arvioitavuuteen saattaa vaikuttaa se, että tutkimusjoukko oli suurimmaksi osaksi tutkijalle tuttu ja se saattoi tuoda mukanaan joitain piirteitä, joita tuntemattoman haastattelijan kanssa ei olisi välttämättä esiintynyt, esimerkiksi vakavuuden taso haastattelutilanteessa. Kaikki haastateltavat olivat kuitenkin korkeakouluopiskelijoita, jotka ymmärtävät opinnäytetyön tutkimuksen merkityksen ja tätä voidaan käyttää puolustuksena arvioitavuudelle.

Analyysin toistettavuus liittyy dokumentointiin, tarkan tutkimusasetelman ja prosessien dokumentaation avulla tutkimus voidaan toistaa ulkopuolisen henkilön toimesta päätyen samoihin lopputuloksiin. (Kananen 2008, 125) Toistettavuus toteutuu tässä tutkimuksessa, haastattelurungon ja käyttäjien suorittaman tehtävän löytyessä opinnäytetyön liitteistä. Lisäksi litterointeihin viitataan tutkimuksen analysointivaiheessa riittävästi.

5 Tutkimuksen tulokset

5.1 Käyttäjryhmien toiveet asunnonhakupalvelulle

Viisi litteroitua haastattelua on suhteellisen pieni otos, jotta Etuovi.com –sivustosta voisi kehittää kaikilta toiminnoiltaan täydellisen käyttäjälähtöiseksi. Tutkimuksen perusteella voi kuitenkin nostaa selkeästi muutamia asioita esiin.

Etuoven etusivun yleisilmettä ja värimaailmaa pidettiin selkeänä ja modernina, mutta muutama käyttäjä mainitsi sekavuuden. Tämä sekavuus johtuu todennäköisesti siitä, että etusivun yläosassa on mainos, vasemmalla Facebook ja Google+ -suosittelevat palikat, sekä sivun rakenteesta, isoja otsikoita ylhäällä rivissä, sekä neljästä laatikosta ”Pikahaku”, ”Myy kotisi”, ”Inspiroidu” sekä ”Oma Etuovi”. Yhden käyttäjän mielestä pikahaku näytti mainokselta muiden seassa ja sitä tulisi korostaa enemmän.

Käyttäjien mielipiteistä kävi ilmi, että vähemmän on enemmän tässä tapauksessa. Mahdollisimman selkeä ja pelkistetty etusivu on käyttäjälle ystävällisempi, koska näin hän löytää helpommin sen, mitä sivulta etsii (eli hakutoimintoa) eikä sivu ole liian raskas.

Pikahaun perusteella kukaan käyttäjä ei löytänyt asuntoa ja tämä johtuu todennäköisesti siitä, että siinä on liian vähän filttareita, joilla rajata hakuja. Pikahaun avulla jokainen testikäyttäjä sai aivan liian paljon tuloksia, eikä lähtenyt selaamaan tuloksia pikahaun jälkeen. Sijoitusasunnon ostaja kertoi, että ainakin rakennuksen iän (tai rakennusvuoden) hän toivoisi olevan mahdollista syöttää pikahakuun Toisaalta, koska kukaan ei muuta kuin testannut pikahakua, se ei ole edes tarpeellinen. Kaksi käyttäjää kertoi selanneensa ensin pikahaun avulla tarjontaa nopeasti, mutta sen jälkeen siirtyneet tarkennettuun hakuun.

Tarkennetussa haussa käyttäjät kokivat olevan paljon ominaisuuksia, joilla rajata hakuja eikä moni osannut nimetä, mitä tarvitsisi lisää. Lämmitysmuoto, rivitalo kahdessa kerroksessa, keittiön koko ja makuuhuoneet eri kerroksissa olivat hakukriteereitä, mitä oman kodin ostajat toivoivat lisää. Asuntosijoittaja mainitsi itse autollisena ihmisenä, ettei auton säilytystapaa (autopaikka, autotalli, parkkihalli) ollut mahdollista valita. Asuntosijoittaja mainitsi hyväksi hakukriteeriksi neliöhinnan, mutta ihmetteli miksi tulosten listautuessa sitä ei enää löytynyt.

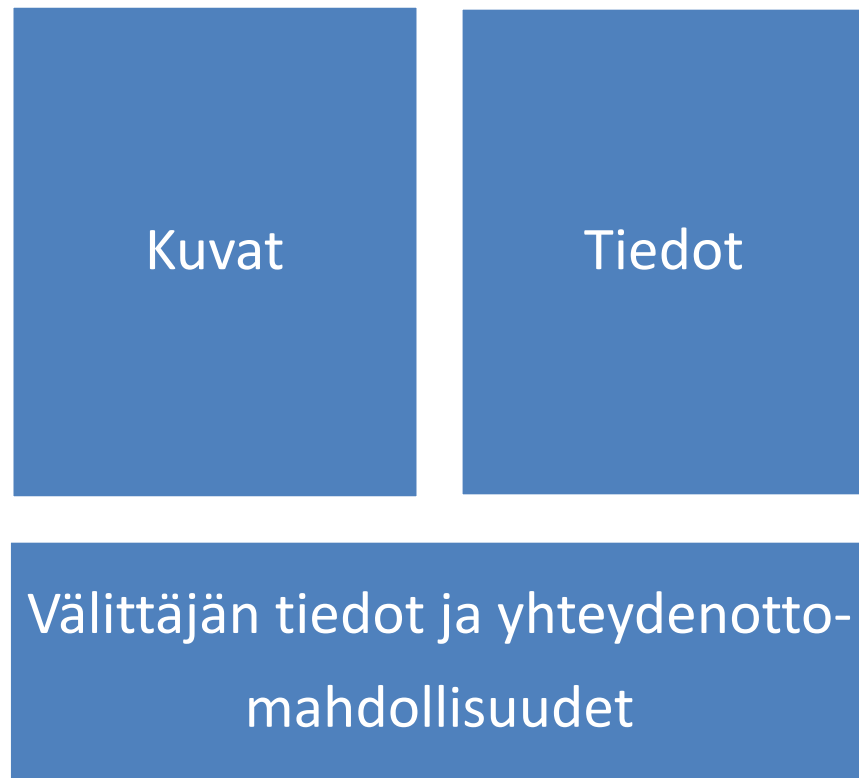
Käyttäjien kommenttien perusteella hakutoiminnon tulisi olla sellainen, että hakuja olisi vain yksi ja siinä olisi perustietojen jälkeen ”Lisää hakuehtoja” -laajennus, joka toisi yksityiskohtaisempia ominaisuuksia valittavaksi. Näin asuntojen selaus pintapuolisesti (mitä muutama käyttäjä teki) onnistuisi, mutta he pystyisivät palaamaan hakuun ja rajaamaan pois kohteita lisähakuehtojen avulla.

Oman kodin ostajille perustiedot olisivat asuntotyyppi, huoneluku, pinta-ala, hinta, ominaisuudet sauna, parveke, hissi, sekä rakennusvuosi ja sijainti. Asuntosijoittajalle perustiedot olisivat sijainti, huoneluku, pinta-ala, velaton hinta, vastikkeen määrä sekä rakennusvuosi. Neliöhinta löytyisi ”Lisää hakuehtoja” -laajennuksen takaa, koska sillä asuntosijoittaja ei ehkä rajaisi tuloksia, vaan ennemmin vertailisi hakunsa tuloksia ja niiden neliöhintoja.

Käyttäjien suorittaman haun perusteella listautuvien kohteiden sivua pidettiin selkeänä ja kattavana. Yksi testikäyttäjä kertoi esittelyajankohdan olevan ehkä turha, koska niitä ei löytynyt kaikista kohteista. Esittelyt ovat yleisempiä pääkaupunkiseudulla, mutta sielläkään ei julkista näyttöä kohteelle aina järjestetä nykyisen asukkaan toiveista johtuen. Ehkä esittelyajankohta tulisi siirtää kohteen omalle sivulle, viemästä pois tilaa listaussivulta, jos esittelyä ei aina pidetä tai ilmoiteta.

Kuva ja pohjapiirustus olivat sekä oman kodin ostajille, että asuntosijoittajille tärkeitä ja ilman niitä kiinnostus kohteeseen ei edes herää. Nämä tulisi siis ehdottomasti löytää jokaisesta ilmoituksesta, joita asunnonhakupalveluun ilmoitetaan. Listaukseen laitettavan kuvan tulisi olla oman kodin ostajalle paras otos, jos esimerkiksi keittiö on upeasti remontoitu. Asuntosijoittajaa varten tulisi valita pohjapiirustus.

Kohteen omaa sivua sanottiin pitkäksi ja kapeaksi. Sivun yläosan täyttää lähes kokonaan kuva, joka vaihtuu automaattisesti. Oman kodin ostajat kiinnittivät huomiota kuviin, mutta asuntosijoittajat rullasivat pian alas katsomaan tietoja taloyhtiöstä ja remonteista. Koska kohteen omaa sivua voidaan pitää sen käyntikorttina asunnon etsijälle, tulisi siitä löytyä käyttäjää kiinnostavat tiedot helposti ja selkeästi. Sivua tulisi siis ehdottomasti levittää, jotta esimerkiksi kuvat ja tiedot saataisiin aseteltua näytölle rinnakkain. Välittäjän tiedot löytyvät sivulta kahdesta kohtaa ja yksi asuntosijoittaja ja yksi oman kodin ostaja mainitsivatkin että paikka kuvien vieressä on turha. Kuviossa 31 havainnollistetaan käyttäjälähtöisen kohdesivun rakennetta. Kun sivu suunnitellaan leveämmäksi, sekä kohteen kuvat että tiedot mahtuvat vierekkäin, eikä käyttäjä tarvitse selata pitkää sivua ylös alas.



Kuvio 34. Käyttäjälähtöinen asunnonhakupalvelun kohteen sivu

Jos asuntosijoittajille ja oman kodin ostajille suunniteltaisiin omat hakupalvelut esimerkiksi niin, että sivustolle saapuessaan etusivulta saisi valittua ”Etsin omaa kotia” tai ”Etsin sijoitusasuntoa”, voisi jokaisen kohteen oman sivun pohja noudattaa kuitenkin samaa ylläolevaa rakennetta. Se, millaisia tietoja ja kuvia kohteesta olisi näkyvillä, riippuisi siitä kumpaan tarkoitukseen asunto soveltuu. Näin sivustoa ei olisi niin raskas ylläpitääkään.

Sivun alaosasta löytyisivät välittäjän yhteystiedot ja yhteydenottolaatikko. Haastattelussa tuli ilmi, että erikseen sähköpostilla yhteydenottaminen olisi vaivalloista, joten sähköpostia ei välttämättä edes sisällytettäisi yhteystietoihin.

5.2 Uusi liiketoiminta

Yksi opinnäytetyön tavoitteista oli selvittää, olisiko uuden liiketoiminnan perustaminen kannattavaa ja mahdollista tutkimustulosten perusteella. Tällä hetkellä Suomessa on kolme suurempaa sivustoa, jotka toimivat samalla periaatteella; sekä yksityiset,

että välittäjät voivat ilmoittaa asuntonsa palveluun itsenäisesti. Nämä sivustot ovat Etuovi.com, Oikotie.fi sekä Jokakoti.fi. Etuovi.com kuuluu Almamedia –konserniin ja Oikotie.fi Sanoma -konserniin. Näiden kahden palvelun taustalla on suuret yhtiöt, joilla on varaa pitää myös tappiota tuottavia palveluja valikoimassaan. Kilpailu tällaisia yhtiöitä vastaan on vaikeaa.

Jokakoti.fi -palvelun taas omistavat Suomen suurimmat kiinteistönvälittäjäyritykset, jotka varmasti ilmoittavat ensisijaisesti omassa palvelussaan, jolla on yhden osaomistajan, MTV3:n ansiosta suuri medianäkyvyys.

Olemassa olevien yritysten liikevaihdot ovat suuria, Sanomalla 554,3 miljoonaa euroa (Sanoma 2013), Jokakodilla lähes yli 2,5 miljoonaa euroa (Jokakoti Oy n.d) ja Alma Mediapartnersilla 14,3 miljoonaa euroa (Alma Mediapartners Oy n.d). Oman kodin ostajat löytävät asuntonsa olemassa olevista palveluista ja uusi liiketoiminta käynnistyi todennäköisesti sijoitusasuntojen hakupalvelun piiriin. Hakupalvelu todennäköisesti tulisi osaksi jo jonkun olemassa olevan liiketoiminnan rinnalle toiminaan itsenäisenä sivustona. Näin näkyvyys palvelulle rakentuisi edullisemmin.

Suomessa on jo Vuokria Online -palvelu, joka toimii niin, että sivuston asiantuntijoille maksetaan tietty summa, ja asiakas saa sijoitusasunnon vuokralaisineen itselleen (Vuokria Online 2012). Tämän palvelun kanssa ei lähdettäisi kilpailemaan, vaan uusi palvelu toimisi niin, että jokaiselle asuntosijoittamisesta kiinnostuneelle olisi olemassa yksi käyttäjälähtöinen palvelu, jota he voisivat käyttää kiinnostavien sijoitusasuntojen etsimiseen. Sivuston käyttäjät todennäköisesti ovat asuntosijoitusuransa alussa, joten sivusto termeineen tulisi rakentaa ymmärrettäväksi heitä ajatellen.

6 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia käyttäjälähtöisen asunnonhakupalvelun eroja Etuovi.com -sivustolla asuntosijoittajien ja oman kodin ostajien näkökulmista sekä selvittää, olisiko tutkimustulosten perusteella mahdollista käynnistää uusi liiketoiminta asunnonhakupalvelun ympärille.

Suomalaista asumista on tutkittu viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana jonkin verran, ja lisäksi tutkimuksia on tehty kuluttajien asunnonhakintaprosesseista, mutta

asunnonhakupalveluita käyttäjälähtöisyyden näkökulmasta ei ole juuri tutkittu Suomessa. Tutkimusta ei laajasti ole tehty ehkä siitä syystä, että asumiselle ja asunnon löytämiselle on olemassa aina tarve. Käyttäjät käyttävät palveluja ja ennemmin oppivat käyttämään niitä tai käyttävät välittäjää ja henkilökohtaista kontaktia kodin etsimiseen. Opinnäytetyöprosessin aikana kävi myös selväksi, että koska nykyiset suurimmat asunnonhakupalvelut Suomessa, Etuovi.com ja Oikotie.fi, ovat suurien konsernien palvelutuotteita ja Jokakoti.fi -palvelun takana ovat Suomen suurimmat välittäjät, kilpailu asuntojen ilmoittelun markkinoilla on kovaa. Siksi nykyisten palveluiden haastaminen pelkällä käyttäjälähtöisyydellä voisi olla kivinen tie.

Suunnitelma uuden asunnonhakupalvelun perustamisesta ja liiketoiminnan käynnistämisestä muotoutui jonkin verran opinnäytetyöprosessin aikana. Home Solutions Oy:tä alkuperäisen suunnitelman mukaan ei perusteta, ainakaan vielä. Todennäköisintä on, että tutkimustuloksia hyödynnetään Nykyisten palvelujen kehittämiseen ja jos joku olemassa oleva sähköisiä palveluja tarjoava yritys tahtoo lisätä uuden palvelutuotteen tarjontaan, voidaan tutkimuksessa hahmoteltu liiketoimintamalli käynnistää.

Tutkimus osoitti, että Etuovi.com -sivustolla on ominaisuuksia, jotka eivät nykyisellään ole toimivia. Esimerkiksi vertailutoiminto, sivun kapeus ja etusivun lukuisat otsikot nousivat esiin negatiivisessa mielessä. Lisäksi tutkimus osoitti, että asuntosijoittaja kiinnostavat asunnonhakupalvelussa kohteen sivuilla eri asiat kuin oman kodin ostajaa. Asuntosijoittajat ajattelevat asuntoa sijoituskohteena ja punnitsevat asunnosta ominaisuuksia, jotka vaikuttavat sijoituksen onnistumiseen ja epäonnistumiseen. Näiden tietojen löytyminen asuntoilmoituksesta on siis tärkeää asuntosijoittajalle. Oman kodin ostajat punnitsevat taas, kuinka asunto soveltuu hänelle ja hänen perheelleen kodiksi ja asunnossa ominaisuuksia, joita hänen perheensä tarvitsee. Oman kodin ostajalle näiden tietojen tulee löytyä ilmoituksesta. Hakutoiminnosta tulisi todennäköisesti liian monimutkainen, jos näiden kahden eri käyttäjäryhmän toiveet toiminnallisuudelle toteutettaisiin kokonaisuudessaan yhteen palveluun.

Tutkimusta voidaan pitää kaikkiin haasteisiin nähden melko onnistuneena. Haastatte-
luista neljä hukkui ja ne olisivat lisänneet luotettavuutta, mutta laadullisessa tutkimuksessa luottavuuden yksi osa on saturaatio. (Kananen 2008, 28-39) Niinpä tutki-

musta voidaan pitää luotettavana pienestä tutkimusjoukosta huolimatta. Tämä kaikki olisi tietysti voitu välttää, jos nauhoitukset olisi tehty esimerkiksi digitaalisella nauhurilla. Opinnäytetyön tekijä oppi ainakin sen, että haastatteluita tehdessä on käytettävien välineiden toimivuus syytä tarkistaa muutamaan kertaan, jotta nauhoitukset onnistuvat.

Asuntosijoittajan näkökulmasta testitehtävän suorittaneet henkilöt eivät ole kovin kokeneita asuntosijoittajia ja voidaan kysyä olisiko tutkimustuloksissa ollut eroa, jos haastateltavilla oli ollut asuntosijoittamisesta esimerkiksi 20 vuoden kokemus. Väitettäisin kuitenkin, että sijoitusasuntoja asunnonhakupalveluista etsitään sijoitusuran alkuvaiheessa. Kaikista tuottavimmat sijoitusasunnot eivät välttämättä tule edes julkiseen myyntiin ja alan luonteeseen kuuluu verkostojen luominen, joiden kautta uusista erittäin tuottavista kohteista saadaan, kun kokemusta ja suhteita karttuu. Tässä vaiheessa asuntosijoitusuraa ei asunnonhakupalveluita ehkä enää edes käytetä. Niinpä asuntosijoitusuransa alkuvaiheessa olevien henkilöiden käyttö tutkimuksessa ei välttämättä ole huono asia, koska asunnonhakupalveluita sijoittajan näkökulmasta käyttävät saman verran kokemusta asuntosijoittamisesta omaavat henkilöt.

Tutkimuksen tuloksia voivat hyödyntää jokainen kiinteistönvälittäjäyritys sekä Suomen kolme suurta asunnonhakupalvelun tuottajaa, sillä kilpailu on erittäin kovaa. Eniten tuloksista hyötyy Etuovi.com, sillä tutkimus on tehty heidän sivustollaan ja Etuoven omistama yritys, Alma Mediapartners Oy on jo tehostanut toimintojaan sekä uudistanut liiketoimintastrategiansa keväällä 2012 asuntokaupan ilmoittelun kilpailutilanteen muutoksena. (Heinonen 2012) Tällä viitataan varmasti Jokakoti.fi palveluun, joka käynnistyi vuonna 2011. (Taloussanomat 2014)

Jatkotutkimuksia asunnonhakupalveluista asuntosijoittajien näkökulmasta olisi hyödyllistä tehdä. Tutkimusjoukko voisi koostua kokonaan kokeneistakin asuntosijoittajista, jotta pystyttäisiin keskittymään asuntosijoittajien kokemaan käyttäjälähtöisyyteen tarkemmin. Lisäksi jos uusi asunnonhakupalvelu asuntosijoittajille kehitettäisiin, olisi tuotekehitystä hyvä tehdä asuntosijoittajien kanssa hyvän käytettävyyden taakamiseksi.

Itselle opinnäytetyöprosessi oli hyvin opettavainen ja haastavimmalta tuntui etsiä ja koota tutkimukselle tarpeeksi kattava ja oikeanlainen tietoperusta. Prosessi aloitet-

tiin haastatteluiden tekemisellä ja tutkimustuloksia analysoitaessa heräsi mieleen kysymyksiä, jotka olisi ehkä ollut hyvä vielä kysyä. Haastattelut litteroitiin pääsääntöisesti ennen uutta haastattelua ja usealta haastateltavalta esiin nousseita samoja huomioita kirjattiin kyllä ylös, mutta syvempää analyysiä ei tehty haastatteluvaiheessa. Motivaatiota koetteli myös sanatarkka litteroiminen, joka oli todella aikaa vievää viidelläkin haastattelulla. Kirjoitusprosessille olisi tullut varata enemmän aikaa, sillä opinnäytetyön palautusaikataulussa on paljon väliä ennen varsinaista käsittelypäivää ja tämä aiheutti opinnäytetyöntekijälle jonkin verran kiirettä ja ahdistusta, kerkeääkö työ ajoissa valmiiksi. Kaikista haasteista huolimatta työ saatiin valmiiksi ajallaan ja tutkija itse pitää työtään onnistuneena ja antaa mielenkiinnolla vuoron jatkotutkimuksille.

Lähteet

- Alma Mediapartners Oy. Kauppalehti. Yrityshaku. Viitattu 7.3.2014.
<http://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/alma+mediapartners+oy/23075566>
- Elinkeinoelämän Keskusliitto. Suomen elinkeinorakenne – osuus kokonaistuotannosta. 2013. Viitattu 14.1.2014. 6.3.2013/rak2/jka/EKI Talousgraafit.
- Etuovi.com lyhyesti. Almamedia. Viitattu 30.1.2013.
<http://www.almamedia.fi/yritystietoa/tuotteet-ja-palvelut/tuote/etuovicom/>
- Habita. 2014. Viitattu 14.1.2014. www.habita.fi
- Heinonen, R. 2012. Alma Median pörssitiedote. 7.3.2012. Viitattu 16.1.2014.
<http://www.almamedia.fi/uutishuone/tiedote/RvZvzv-AQHWT3g1ISSEOKA/alma-mediapartners-oy-uudistaa-etuovicomin-liiketoimintastrategian-ja-suunnittelee-organisaationsa-uudelleenjarjestelya-seka-toimintojensa-tehostamista/>
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus.
- Huoneistokeskus. 2014. Viitattu 14.1.2014. www.huoneistokeskus.fi
- Jokakoti Oy. 2013. Viitattu 10.3.2014. <http://www.jokakoti.fi/info?1>
- Jokakoti Oy. Yrityshaku. Kauppalehti. Viitattu 7.3.2014.
<http://yritys.taloussanomat.fi/y/jokakoti-oy/helsinki/2401069-2/>
- Juntto, A. 2010. Asumisen unelmat ja arki. Helsinki: Gaudeamus.
- Kananen, J. 2008. Kvali – Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kasso, M. 2006. Näin teet asuntokaupan. Helsinki: Edita.
- Kiinteistömaailma. 2014. Viitattu 14.1.2014. www.kiinteistömaailma.fi
- Millainen on hyvä sijoitusasunto? Asuntoverkko. 2013. Viitattu 21.1.2014
<http://www.asuntoverkko.com/blog/2013-08-08/minkalainen-hyva-sijoitusasunto>
- Näin ilmoitat ja mainostat Oikotieellä. Oikotie. 2014. Viitattu 10.2.2014.
<http://www.oikotie.fi/ilmoittaminen-ja-mainostaminen-oikotieella>
- OP-Kiinteistökeskus. 2014. Viitattu 14.1.2014. www.opkk.fi
- Ostajan muistilista. Asuntosijoitusopas. 2013. Viitattu 21.1.2014
<http://www.asuntosijoitusopas.fi/muistilista.html>.
- Palvelun esittely. Etuovi. Viitattu 7.3.2014
<http://kuluttaja.etuovi.com/crometapp/product/realities/common/public/info/introduction.jsp?portal=eo>

RE/MAX. 2014. Viitattu. 14.1.2014. www.remax.fi

Saariluoma, P. Kujala, T. Kuuva, S. Kymäläinen, T. Leikas, J. Liikkanen L. & Oulasvirta, A. Ihminen ja teknologia – Hyvän vuorovaikutuksen suunnittelu. 2010. Tampere: Teknologiainfo Teknova. Viitattu 3.2.2014. <http://jamk.fi/kirjasto>, Ellibs-kirjasto.

Sanoma. 2013. Vuositulos. Viitattu 7.3.2014.
http://sanoma.com/sites/default/files/reports/sanoma_vuositulos_2013.pdf

Sinkkonen, A. Kuoppala, H. Parkkinen, J. & Vastamäki, R. Käytettävyyden psykologia. 2006. Helsinki: Edita.

Sinkkonen, I. Nuutila, E. & Törmä, S. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. 2009. Hämeenlinna: Tietosanoma.

SKV. 2014. Viitattu 14.1.2014. www.skv.fi

SVT: Kotitalouksien varallisuus. Verkkojulkaisu.
ISSN=2242-3214. 2009. 2. Varallisuus kasvaa ja monipuolistuu iän myötä. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 21.1.2014.
http://www.tilastokeskus.fi/til/vtutk/2009/vtutk_2009_2011-12-21_kat_002.fi.html

TNS Gallup. Lehdistötiedote. 2008. Viitattu 7.3.2014. [http://www.tns-gallup.fi/doc/uutiset/Real Estate Online LEHDISTOTIEDOTE 08 2008.pdf](http://www.tns-gallup.fi/doc/uutiset/Real_Estate_Online_LEHDISTOTIEDOTE_08_2008.pdf)

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum.

Vuokria Online. 2012. Viitattu 17.2.2014. <http://vuokria.com/>

Liitteet

Liite 1. Haastateltavien suorittama tehtävä

Olet asunnonostaja. Mieti hetki, millaisen asunnon tahtoisit. Kerro ainakin seuraavat ominaisuudet, mitä tahdot asunnossa olevan (minä kirjaan paperille) ääneen: asunnotyyppi, huoneiden lukumäärä ja tahdotko muuttaa heti valmiiseen, vai tehdä hetken remonttia vai oletko ostamassa kenties sijoitusasuntoa. Lisäksi voit miettiä tahdotko saunaa tai parveketta sekä hintatasoa.

Tehtävä loppuu, kun löydät asunnon, josta voisit olla kiinnostunut. Voit siis tehdä haun uudestaan ja eri filttäreillä, jos siltä tuntuu. Jos et löydä sellaista asuntoa, jonka tahdot, ei sekään haittaa. Voimme käyttää rauhassa vaikka puoli tuntia asunnon etsimiseen.

Osoite on etuovi.com. Voit syöttää hakutermejä haluamasi mukaan ja tutustua rauhassa asuntotarjontaan.

Liite 2. Haastattelurunko

Etuovi.com –sivuston etusivu. Yleisilme, värimaailma, etusivu.

Käyttikö haasteltava pikahakua? Miksi? Minkälainen tulos pikahauulla tuli?

Tarkennettu haku. Oliko filttärointi tarkka? Millä ominaisuuksilla tulisi olla mahdollista rajata hakua?

Haun jälkeinen asuntojen listaus. Mitä mieltä tiedoista, joita listauksessa annetaan (kuva, rakennusvuosi, kohteen nimi, kohteen osoite, milloin ilmoitettu, neliöt, yritykset)? Onko niitä liikaa, sopivasti vai liian vähän? Mitä tietoja listauksessa olisi oltava? Missä järjestyksessä asuntojen tulisi listautua ensin, vai onko sillä väliä?

Kohteen sivu ja sen arviointi (asettelu, värimaailma). Mihin huomio kiinnittyy ensin sivulla? Onko kohteen tiedot ilmoitettu järkevästi? Paljastuiko tiedoista jotain, mikä teki hakutuloksesta väärän?

Kuvat ja niiden automaattinen vaihtuminen? Keskitytkö ensin kuviin, vai tietoihin?

Kuinka tärkeitä kuvat ovat?

Pohjapiirustus ja sen tärkeys? Kolmiulotteinen pohjapiirustus?

Yhteydenotto, millä tavalla ottaisit kohteesta yhteyttä? Soittamalla, sähköpostilla, vai yhteydenottolaatikon avulla?

Mielipide asunnonhakuprosessista. Veikö se liian kauan? Kauan aikaa käyttäisi asunnon etsimiseen?